الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية

تأليف

الدكتور محيي الدين عبد الحليم

الطبعة الثانية
١٤٠٤هـ = ١٩٨٤م

الناشر

مكتبة الخانجي بالقاهرة — دار الرفاعي بالرياض

بسم الله الرحمن الرحيم

يَا أَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا . وَدَاعِياً إِلَى اللهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجاً مُّنِيراً

[سورة الأحزاب : ٤٥ ، ٤٦]

صف هذا الكتاب بطريقة الجمع التصويرى

مكتبة الخانجى

ص . ب ١٣٧٥ القاهرة

مطبعة المدني

المؤسسة السعودية بمصر

٦٨ شارع العباسية - القاهرة - ت : ٨٢٧٨٥١

إهـداء

« إلى من أعطيانى بلا حدود . . وأحبانى بلا هوى »

إلى

أبى ... ... وأمى

أهدى هذا الكتاب

المقدمة

لن يكون من قبيل المبالغة إذا اعترفت أننى أقدمت على هذه الدراسة بعد تردد طويل وتفكير عميق نظرا لما يكتنفها من محاذير تفرضها طبيعة هذه الدراسة التى تخوض فى مجالين حساسين وهما الدين ، والإعلام . ونظرا للصعوبات والمشاق التى يمكن أن يواجهها الباحث فى هذين المجالين ، ويرجع ذلك إلى أن المكتبة العربية والإسلامية تكاد تخلو من أى دراسة علمية منهجية تربط الدراسات الإعلامية الحديثة بأصول الدعوة الإسلامية وبالتالى فإن المكتبة تعانى من العجز الشديد لتلبية احتياجات الباحثين فى هذا الفرع من فروع المعرفة .

ولكن السؤال الذى فرض نفسه وألح علىَّ كثيرا هو متى سنظل نترك هذا الفرع الهام من فروع العلم والمعرفة ؟ وهو فرع الإعلام الإسلامى ؛ دون أن نوفيه حقه أو حتى نقترب منه ، وهل نتركه إلى المستشرقين والباحثين الأجانب ليتولوه عنا وقد يضفون عليه من ذاتيتهم ما يخرج به عن أصالته ويحرمه نقاءه ؟ . لقد خرج إلى النور العديد من الدراسات الحديثة حول الإقتصاد الإسلامى ، والفلسفة الإسلامية ، والسياسة الإسلامية ...الخ ، ولكن الإعلام الإسلامى ظل حقلا بكرا لم يكد يقترب منه أحد إلى الآن على الرغم من الأهمية البالغة لدراسة الإسلام من هذه الزاوية الإعلامية لأنها تكاد تكون أهم هذه الزوايا وأدقها ؛ ذلك أن الإعلام وفنونه هو قوام هذا الدين وقاعدته الصلبة ، فهو بمثابة الجسور التى تعبر منها هذه الرسالة الخالدة إلى الناس ويرجع إليه فضل انتشاره على هذه الرقعة الفسيحة من كوكب الأرض فى الشرق والغرب وفى الشمال والجنوب ، ولم لا وقد عرف الإسلام بأنه دين دعوة أو دين اعلامى . وحين أقول الإعلام فلا أخالنى أبتعد عن معنى الدعوة فى شئ فالإعلام والدعوة يحملان نفس المعنى على الصعيدين النظرى والعملى . وإذا كان يحلو للبعض التفريق بينهما حين يعنون بالدعوة نشر الإسلام بالوسائل القديمة التى كانت متاحة آنذاك ، ويعنون بالإعلام استخدام وسائل

الاتصال الجماهيرى الحديثة ، وأعتقد أن هذا تجن على الإعلام كما هو تجن على الدعوة ، فإن الإعلام يعنى تزويد الجماهير بالحقائق مستخدما فى ذلك الوسائل القديمة والحديثة على السواء ، بما فيها وسيلة الاتصال الشخصى المباشر بشكلها البدائى القديم والدعوة تعنى هذا أيضاً ، بهذا نرى أن الدعوة والإعلام يحملان معنى واحدا والفارق فقط هو فى حداثة كلمة « إعلام » وعراقة كلمة « الدعوة » وسوف يتضح لنا ذلك أثناء استعراضنا لذلك فى فصول الكتاب . أرجو أن يسهم هذا الجهد المتواضع فى إعداد الداعية المسلم والمسلم الداعية ووضعهما على الطريق الصحيح ، وفى تصورى أنه إذا أغفلت الكليات والمعاهد التى تأخذ على عاتقها تخريج دعاة الإسلام عن تزويد الدارسين فيها بمعطيات العصر من علوم الإعلام والاتصال بالجماهير فإنها بذلك قد تكون قد قصرت فى حق دارسيها عن تطويع أحدث أساليب العصر لخدمة الدعوة الإسلامية ، ومن ناحية أخرى فإن إغفال كليات وأقسام الصحافة والإعلام عن تزويد الدارسين فيها بدراسة فنون الإعلام الإسلامى فإنها بذلك تكون كالنعامة التى تدفن رأسها فى الرمال ، لأن الإعلام لن يحدث تأثيره المرجو فى الجماهير المسلمة إلا من خلال عامل الدين ، ذلك العامل الذى يسهم بشكل فعال فى تشكيل الرأى العام ولاسيما فى المجتمعات الإسلامية بصفة عامة ، والمجتمع المصرى بصفة خاصة .

وتشتمل هذه الدراسة على أربعة فصول

يتناول الفصل الأول دراسة لأصول العمل الإعلامى متضمنا لمحة تاريخية لتطوره ونشأته فى العالم ، ومفهوم الإعلام وأهدافه ووظيفته فى المجتمع ، وكذا عناصر العملية الإعلامية ، كما يضم هذا الباب موقف الإعلام من فنون الإتصال الأخرى وأوجه الشبه والإختلاف بين الإعلام وكل فن من هذه الفنون وهى : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة والتعليم والحرب النفسية .

ويعالج الفصل الثانى من هذا الباب موضوع الرأى العام ومفهومه وأهميته

للنظم المختلفة سواء الديمقراطية منها أو الاستبدادية ، ثم تطور ظاهرة الرأى العام فى العالم بصفة عامة وفى المجتمع المصرى بصفة خاصة ، وأبرز التعريفات التى وردت عن الرأى العام ، وأنواعه ، وعوامل تكوينه ، والعلاقة بين الإعلام وعملية تشكيل الرأى العام ، ثم أهمية قياسه ومراحل استقصائه .

أما الفصل الثالث فيعالج الأسس العلمية التى يقوم عليها الإعلام الإسلامى متضمنا مفهوم الإعلام الإسلامى انطلاقا من المفهوم العام للإعلام ، والمكانة التى يتبوؤها الإعلام فى الإسلام والوسائل الإعلامية التى اختصت بها رسالة الإسلام ويتعرض هذا الفصل كذلك للقرآن الكريم والحديث الشريف كأهم مصدرين ينهل منهما الإعلام الإسلامى ، وموقف الإعلام الإسلامى من الجهاد فى سبيل الله ، وكيفية توافر رجل الإعلام الإسلامى القادر على العمل فى هذا المجال ، وأهمية القصص القرآنى وغير القرآنى للعمل الإعلامى ، واستثمار المواسم والشعائر الإسلامية لتحقيق رسالة الإعلام الإسلامى .

ويتضمن الفصل الرابع من هذا الكتاب الدراسة الميدانية التى قام باجرائها كاتب هذه السطور حول تأثير الإعلام الإسلامى على الرأى العام فى الريف المصرى متناولا فى المبحث الأول منه خطة البحث الميدانى والتى اشتملت على المجال الجغرافى الذى أجريت فيه هذه الدراسة ، وأداة البحث ، وعينة الدراسة ، واستمارة المقابلة ، ثم خطوات العمل الميدانى ، وتفريغ البيانات .

كما يتناول هذا الفصل فى مبحثه الثانى نتائج هذه الدراسة والتى تضمنت معدل تأثير وسائل الاتصال الجماهيرى وهى الإذاعة ، والتليفزيون ، والصحافة العامة ، والصحافة الإسلامية المتخصصة على الرأى العام ، ثم أثر الإعلام الإسلامى فى اقناع الرأى العام بصحة القضايا التى فجرها العصر الحاضر مثل قضية منح المرأة حقوقها ، وكذلك أثر الإعلام الإسلامى فى محاربة الأفكار والمعتقدات الخاطئة فى الريف المصرى والتى تتنافى مع مبادىء الإسلام ، كما يتناول

هذا الفصل استعراضا لمعدل أداء الرأى العام المسلم للعبادات الأربع التى تمثل أركان الإسلام الرئيسية بعد شهادة ألا اله إلا الله وأن محمدا رسول الله وهى : (الصلاة ، والصوم ، والزكاة ، والحج) ، ثم دور الإعلام الإسلامى فى حث الجماهير على تأدية العبادات .

وقد تمت دراسة دور الإعلام الإسلامى نحو هذه القضايا العصرية والمعتقدات الخاطئة ، والعبادات الإسلامية عن طريق عقد مقارنة بين آراء الذين يتعرضون ، وآراء الذين لا يتعرضون لهذه الوسائل وقياس الفارق الاحصائى بينهما ، ومدى دلالته ، ومستوى الثقة بين المجموعتين .

ثم أختتم الكتاب بالخاتمة والتوصيات التى خلصت بها هذه الدراسة .

دكتور محيى الدين عبد الحليم

الفصل الأول

مدخل إلى الإعلام

لمحة تاريخية : —

الإعلام قديم قدم الانسان

لقد عرف الإعلام طريقه إلى كل البيئات ، واحتل مكانه فى كل العصور ذلك أن مطالب الإنسان لا تقتصر على تزويده بالحاجات المادية كالطعام والشراب والمأوى ، ولكنها تتعدى ذلك إلى رغبته فى الاتصال بأمثاله من ذوى البشر ، وتعتبر هذه الرغبة فى الاتصال من المطالب الأساسية التى أصبحت ضرورة حيوية للحفاظ على الجنس البشرى [١] .

والإعلام لم يكن وليد عصر من العصور أو حضارة من الحضارات . فلا يوجد مجتمع من المجتمعات مهما تفاوتت درجة تقدمه أو تخلفه ، كما لا يوجد زمن من الأزمنة قديما أو حديثا أو وسيطا إلا واحتل الإعلام مكانة فيه ، لأن الإنسان بطبيعته لا يستطيع الاكتفاء بأخباره الشخصية فقط أو أخبار المجتمع المحدود الذى يحيا بداخله مثل مجتمع القرية أو القبيلة أو الأسرة ، ذلك أنه من الصعب أن تسير الحياة دون أن يتصل الناس بعضهم ببعض .

وقد كان الإنسان فى المناطق النائية — كما كان العربى فى الصحراء على سبيل المثال — يعرف بفطرته وتجاربه الضيقة مواضع الكلأ ومنابع المياه ومطالع النجوم التى يهتدى بها السائرون فى البر والبحر ، كما كان يعرف بطريقة بدائية أخبار القبائل المجاورة من قبيلته وطبيعة هذه القبائل وعادتها وتقاليدها ونوع العلاقات التى بينها وبين القبائل المجاورة . وكانت لديه معلومات حصل عليها بهذه الوسيلة وتركزت أهم وظائف الإعلام فى ذلك الوقت فى تبليغ المنشورات والأوامر

---

(١) Emery, Edwin, Ault, Philip And Aqee, Warren : Introduction to mass communication , P,4 .

التى كان يصدرها الحاكم أو السلطان ، كما كانت الدعوة العامة للجهاد إحدى الوظائف الأساسية للإعلام فى ذلك الحين [١] .

وهكذا عرفت المجتمعات البدائية الإعلام بأساليبه البسيطة الأولى . وكان الإنسان يمارس الإعلام بطرق فطرية لم يبذل فيها مجهودا كبيرا كالحفر على الأحجار والأشجار ، والمناداة فى الطرق أو من أعلى الجبال والتلال وعلى ظهر الدواب أو من أعلى المآذن والمنائر .

وقد استمرت بعض وسائل وأساليب الإعلام القديمة تستخدم فى العصر الحديث بنجاح كبير كما هو الحال فى المساجد والكنائس والبعثات والأعياد فى مختلف المجالات الدينية والقومية ، وليس أدل على ذلك من الخطابة التى ظلت تستخدم بنجاح فى العصر الحديث ، وتعتبر وسيلة الاتصال الشخصى من أنجح الوسائل الإعلامية التى استخدمت فى كل العصور وظلت حتى اليوم تؤدى دورا فعالا فى مقدمة وسائل الإعلام المختلفة ، وكذلك الملصقات التى كان يلجأ إليها الحكام والقادة يوجهون فيها البيانات للرعية .

وفى العصر الفرعونى كانت تبذل الجهود لتفخيم الحكام والترويج لحكمهم ، ولم تشيد الأهرامات أو تقام المعابد الضخمة للاحتفاظ بجثث الحكام وأداء العبادات والمناسك فحسب ، ولكن ليسطر على جدرانها الانتصارات وسير المعارك الحربية .

وقد وجد علماء الآثار فى العراق نشرات ترجع إلى سنة ١٨٠٠ ق . م ، ترشد الزراع إلى كيفية بذر محاصيلهم وريها وعلاجها من الآفات ، وتشبه هذه النشرات إلى حد كبير النشرات التى توجهها وزارات الزراعة إلى المزارعين فى الدول المتقدمة [٢] .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ٣١ ، ٣٦ .

(٢)حسن محمد خير الدين . العلاقات العامة ، المبادىء والتطبيق ط ٢ . ص ١٢ .

وعرف اليونان أهمية التأثير فى الناس وخاصة عن طريق الخطابة والمناقشات ، وقد كان الاسكندر الأكبر يؤمن بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير فى الجماهير ، فكان يجعل فى ركابه طائفة من الشعراء والخطباء والكتاب والمفكرين (١) .

وفى صدر العصر الرومانى كان هناك نوع جديد من الإعلام وهو رسالة المبشرين المسيحين الأوائل ، وكان نشاط المراسلين وأتباعهم فى الخروج إلى البلاد والتبشير بالانجيل إحدى خطوات التطور البالغة الأهمية فى تاريخ الإعلام ، ولاشك أن هذا الإعلام الدينى كان يعتبر وسيلة هامة للسلام واجتناب الحروب فى ذلك الوقت (٢) .

واشتهرت الجزيرة العربية بسوق عكاظ حيث كانت القبائل العربية ترسل أبلغ الشعراء لديها يقومون بالإعلام عن فصاحتها وقوة بيانها ، وكانت القبائل تفخر بفوز شعرائها وخطبائها بالقدح المعلى لاسيما إذا نالت قصيدة أحدهم شرف التعليق على الكعبة فى عداد المعلقات المشهورة ، وأما أول العهد باستخدام الإعلام على نطاق واسع فقد كان فى الناحية الدينية . فقد كان الأنبياء والرسل والصحابة والأنصار والوعاظ والدعاة جميعا يقومون بالدعوة للدين الذى يعتنقونه ويؤمنون به (٣) .

وفى القرون الوسطى كان الإعلام يلعب دورا أساسياً وخاصة فى مجال الدعوة الدينية ، فعندما ظهر المذهب البروتستانتى وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها فى مأزق حرج وراحت تنشد الخلاص من هذا المذهب الجديد الذى

---

(١) المصدر السابق .

(٢) عبد القادر حاتم . الإعلام والدعاية بوصفهما قوة سياسية لاستقرار الحكم ونشر الأمن والسلام العالمى . ص ٢١ ، ٢٢ .

(٣) نفس المرجع ص ٢٢ .

إعتبرته خروجا على المسيحية ، واهتم الكرادلة تحت رعاية البابا جريجورى الثالث بوسائل الإعلام والنشر لإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية . (١)

والفرق بين الإعلام فى العصور التى تحدثنا عنها والإعلام فى العصر الحديث هو ما استحدثته المدنية من مخترعات غيرت شكل العمل الإعلامى ، وجعلت الحكومات توليه من الاهتمام ما لايقل عن اهتمامها بأهم المرافق الأخرى فى الدولة كمرفق الصحة أو المواصلات أو الجيش أو غير ذلك ، ووضعت من الخطط ورصدت له من الامكانيات ما يتناسب مع أهميته . وأصبح الإعلام علما له نظرياته ونظمه وارتقى إلى مستوى العلوم الحديثة كالطب والهندسة . بل إن الإعلام فى العصر الحديث أصبح ملزما بأن يسبق ويواكب ويلحق بأى مشروع تنوى الدولة القيام به بهدف اقناع المواطنين بجدوى هذا المشروع حتى يتم له النجاح المأمول .

وأصبحت كلمة « إعلام » فى هذه الأيام كلمة شائعة ومألوفة يرددها الكثيرون رغم أن مفهوم هذه الكلمة ربما لم يتضح بعد فى أذهان الكثيرين ممن يرددونه عدة مرات فى اليوم الواحد .

وهكذا أصبح للإعلام قوة تأثير كبيرة فى العصر الحديث ، وغدت مختلف الحكومات تضعه فى إعتبارها دائما وأصبح الإنسان فى كل يوم وفى كل مكان سواء فى العمل أو فى المنزل أو فى الشارع أو فى النادى يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر رئيسية للحصول على معلوماته .

وقد أصبح المجتمع المعاصر معقدا لدرجة يصعب معها حسن سير العمل فى هذا المجتمع عن طريق الاتصال المباشر بين الأفراد بعضهم ببعض فى وقت واحد . فإن ربة البيت التى لا يرضيها ارتفاع أسعار اللحوم قد تستطيع أن تنقل

---

(١) إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ط ٢ . ص ٣٤ .

رأيها لتنظيم مقاطعة بائعى اللحوم إلى عدد محدود من جاراتها . ولكنها إذا وجهت نداء عن طريق الإذاعة المسموعة أو المرئية أو الصحيفة المحلية إلى ربات البيوت فى منطقتها فإنها بذلك قد تستطيع توصيل فكرتها إلى مئات السيدات فى جزء من الوقت الذى سوف تستغرقه إذا قامت بزيارتهم على انفراد وكذلك فإن رجل السياسة – الذى يرشح نفسه لعضوية أحد المجالس الشعبية – سوف ينفق كثيرا من وقته إذا قام بزيارة الناخبين فى المصانع والبيوت والحقول أملا فى كسب أصواتهم ، ولن يستطيع الوصول إلا إلى نسبة ضئيلة منهم ولكنه إذا استطاع الحصول على دقائق من وقت التليفزيون أو المذياع فإنه يتمكن من الوصول إلى آلاف الناخبين فى وقت واحد .

وأنه من الطبيعى أن يكون لكل بيئة ولكل عصر من العصور نمط إعلامى يلائم ظروف هذه البيئة ويتمشى مع متطلبات ذلك العصر . فنمط الإعلام فى مجتمع صناعى يختلف عنه فى مجتمع قبلى ، أو مجتمع زراعى ، ونمط الإعلام فى مجتمع حضارى متقدم يختلف عنه فى مجتمع بدائى متخلف ، وكذلك فإن النمط الإعلامى فى العصور القديمة يختلف عنه فى العصور الوسطى والحديثة ، فالإعلام المصرى على سبيل المثال فى عصر محمد على يختلف عنه فى غضون ثورة ١٩١٩ كما يختلف الإعلام بعد ثورة ١٩٥٢ ، عنه قبل هذه الثورة ، بل إن الإعلام فى فترة ما بعد الثورة مباشرة يختلف عنه فى أيام حرب السويس أو بعد حرب أكتوبر ١٩٧٣ أو فى أعقاب اتفاقيتى كامب ديفيد .. وهكذا .

كما تختلف نظم الإعلام باختلاف نظم الحكم المختلفة . فنظام الإعلام السوفيتى يختلف عن نظام الإعلام فى الولايات المتحدة الأمريكية ، كما يختلف كلاهما عن نظام الإعلام فى مصر ، فبينما يسخر السوفييت من نظم الإعلام فى المجتمعات الغربية الرأسمالية . نجد الدول الغربية توجه نقدا لاذعا إلى نظام الإعلام السوفيتى . وكل منهما له وجهة نظره التى يعتقد أنها الصواب وأن ما دونها هو الخطأ بعينه .

ويرجع اختلاف العمل الإعلامى فى كل زمان ومكان إلى الاختلاف فى النظم الحكومية من جانب ، والنظم الإجتماعية من جانب آخر ، وأنواع المعارف الإنسانية التى حصل عليها هذا الشعب أو ذاك من جانب ثالث ، وذلك لأن الإعلام فى ذاته يعكس الخبرات الثلاث فى الأمة [١] .

ولسنا هنا فى موضع الحديث عن نظم الإعلام المختلفة ، ولكننا أردنا أن نؤكد أن الإعلام وأن اختلف باختلاف الزمان أو باختلاف المكان أو نظم الحكم المختلفة ، وظروف كل مجتمع من المجتمعات ، إلا أنه على أى حال لا يستطيع مجتمع إنسانى أن يحيا بدونه ، كما لا يوجد عصر من العصور خلا من الإعلام .

ولم تصل الحضارة البشرية إلى ما وصلت إليه الآن بغير الاتصال بين الناس بعضهم ببعض ، حيث أنه من المستحيل أن يتكون مجتمع من المجتمعات دون أن يتصل أفراده بعضهم ببعض ، ولو كان الإنسان غير قادر على الاتصال بغيره من الناس لما تكونت الأسرة أو الجماعة أو القبيلة وبالتالى لما تكونت الأمم . ولعنا ندرك مدى صعوبة العيش وقسوة الحياة لو قدر لفرد أن يعيش بمعزل عن بنى جنسه ، فللإنسان حاجات لا يقضيها إلا بالتعاون مع زميل له ، كما لا يستطيع اقناع الآخرين بالعيش معه دون مشاركته أياهم بالحياة وتبادل الخبرات والمعلومات أو المطالب أو الحاجات التى لا يستطيع تحقيقها دون الاتصال بغيره بأى طريق .

وأن مفهوم الدولة العصرية للإعلام أصبح يختلف عنه فى أنظمة الحكم المختلفة ، ذلك أن التوسع السكانى والأنظمة السياسية الحديثة وظهور القوميات فرض أبعادا جديدة على هذا العمل حيث أصبح يعتبر من صلب النظام السياسى ولا يمكن الاستغناء عنه بأى حال من الأحوال ومن الطبيعى أن يتأثر العمل الإعلامى بخصائص المجتمعات الكائن بها ، وأن يعكس ظروفها وأحوالها ، وقد

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الأسس الفلسفية للإعلام . المجلة المصرية للعلوم السياسية.ص ١٠٠ .

أدى ذلك إلى تعدد أهدافه ونظمه فى كل مجتمع من هذه المجتمعات .

وفى النهاية نستطيع أن نقول فى هذا السبيل أن الإعلام ظاهرة اجتماعية شقت طريقها إلى كل البيئات وكل العصور منذ كان الإنسان يحيا حياة بدائية حتى العصر الحديث .

ولم تحل المخترعات الحديثة فى الاتصال الجماهيرى محل الوسائل القديمة ولكنها أضافت إليها بما منحها مرونة وسهل عليها ظروف العمل ، فقد أضافت الكلمة المكتوبة على سبيل المثال سهولة ومرونة فى الوقت ، ثم أضافت الكلمة المطبوعة سرعة نسبية وتوزيعا أرخص ، وقد نتج عن ذلك ظهور الكتاب والصحيفة والمجلة ، ثم أتت الكهرباء معها بالعديد من وسائل الاتصال وأضافت إلى الإعلام عامل السرعة ، كما أضاف الراديو والسينما الكثير إلى العمل الإعلامى وجاء التليفزيون ليحدث تأثيره الكبير عن طريق استخدام الصورة إلى جانب الصوت .

مفهوم الإعلام وأهدافه

تعريف الإعلام : –

يختلف المفكرون فى وضع تعريف دقيق لمفهوم العمل الإعلامى ، كما تختلف الدولة حسب أنظمة الحكم القائمة بها فى فهم الإعلام وتفسيره حسب فلسفة المجتمع ونظرته لمختلف الشئون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية به ، ويجتهد علماء الإعلام فى العالم لوضع تعريف أمثل لهذا المصطلح الحديث [(١)] .

إلا أن هناك شبه اتفاق لا يختلف عليه أحد تقريبا فى أساسيات العمل الإعلامى وفى المبادئ والأسس التى يقوم عليها الإعلام ، وهى :

١ – الحقائق التى تدعمها الأرقام والاحصاءات .

---

(١) Wells, Herman and Willis, Benjamin : Mass communication and Education; p.12 .

٢ – التجرد من الذاتية والتحلى بالموضوعية فى عرض الحقائق .
٣ – الصدق والأمانة فى جمع البيانات من مصادرها الأصلية .
٤ – التعبير الصادق عن الجمهور الذى يتوجه إليه الإعلام .

وهذا يعنى ما يلى :

- أن الإعلام الذى لا يقوم على أساس من الواقع ينتفى عنه مفهوم الإعلام .
- أن رجل الإعلام الذى يضفى وجهة نظره الشخصية التى تمليها عليه أهواؤه على المعلومات التى يزود بها الجمهور ، ويلون هذه المعلومات حسب ما يراه يفقد صفته كرجل إعلام .
- إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجا فى الحصول على البيانات واستقائها من مصادرها ، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له ، وهى عامل الصدق .
- وأخيرا إذا لم يأت الإعلام معبرا تعبيرا صادقا وأمينا عن تراث الأمة وعادات وتقاليد الجماهير التى يتوجه إليها ، وأن يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير وروح هذه الأمة فإن هذا الإعلام سوف لا يلائم جمهوره وبالتالى لا تستطع الجماهير فهمه أو التجاوب معه .

وقد جاء التعريف الذى قدمه العلامة الألمانى « أتوجروت » معبرا تعبيرا موجزا وشاملا لمعنى الإعلام . قال « أوتوجروت » فى تعريفه للإعلام : « إنه التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت » [١] .

أى أن الإعلام لابد أن يكون صادقا ، مجردا من الميول والأهواء ، غير متحيز ، قائما على أساس من التجربة الصادقة ، متمشيا مع الجمهور الذى يتوجه إليه .

ويؤكد خبراء وأستاتذة الإعلام والاتصال بالجماهير أن الإعلام يقدم حقائق مجردة ، بعضها سار وبعضها غير سار ، فالإعلامى ليس له غرض معين فيما ينشره على الناس اللهم إلا الإعلام فى ذاته ..

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ٢٣ .

والمفروض أن الإعلام يقوم على الوضوح والصراحة [١] ، ودقة الأخبار مع ذكر مصادرها ، كما أنه يشترط الالتزام بمعايير الصدق والأمانة . فالإعلام هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة التى يمكن التثبت من صحتها أو دقتها بالنسبة للمصدر الذى تنبع منه أو تنتسب إليه ، وبقدر ما فى الإعلام من حقائق صحيحة ومعلومات دقيقة منبثقة من مصادر أمينة ، بقدر ما يكون هذا الإعلام سليما وقويا ، لذلك نجد أن الصحف والاذاعات وغيرها من أجهزة الإعلام تصر دائما على ذكر المصادر التى استقت منها الأخبار ، مثل وكالات الأنباء أو غيرها من المصادر حتى يكون الجمهور على بينة من الأمر .

أهداف الإعلام : -

إن الهدف من الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم ، كما يقول « اوتوجروت » [٢] وهذا يعنى أن الغاية الوحيدة من الإعلام هى توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف ، واقناعهم بأن يسلكوا سلوكا معينا .

ولا يتم إقناع الجمهور بالرسالة الإعلامية إلا بتزويده بالمعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وغير ذلك . ويشترط لتقديم الأرقام والإحصاءات أن تكون كاملة غير منقوصة ، أى أن التحريف أو العبث فى الأرقام والإحصاءات والحقائق والمعلومات لا يخدم أهداف الإعلام ، ولكنه يحقق أهداف المغرضين الذين يقومون بهذا الزيف أو العبث لغاية فى نفوسهم على حين أن رجل الإعلام - بالمعنى

---

(١) إبراهيم امام : الإعلام والاتصال بالجماهير . ص ١٢ .

(٢) عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية . ص ٧٥ .

الصحيح – يجب أن يقدم الأرقام الصحيحة والإحصاءات الدقيقة فى الموضوع الذى يريد أن ينقله إلى الآخرين .

فالهدف من الإعلام إذن : هو أن تكون هناك فكرة معينة نريد توصيلها إلى المرسل إليه ، وهو إما فرد أو جماعة أو شعب ، فإذا نتج عن هذه الفكرة أن اتبع المرسل إليه السلوك الذى تريده الفكرة فإن رجل الإعلام يكون قد نجح فى تحقيق غرضه ، وإذا لم يتبع المرسل إليه السلوك الذى تريده الفكرة يكون رجل الإعلام قد فشل فى تحقيق غرضه (١) .

وظيفة الإعلام فى المجتمع

جاء فى التقرير السنوى للأمين العام للأمم المتُحدة عن أعمال المنظمة ، أن الوظيفة الرئيسية للإعلام هى مباشرة جمع المعلومات الموضوعية الدقيقة وإذاعتها مباشرة حرة مسئولة ، وأن خير وسيلة لتحقيق أهداف حرية الإعلام هى إتاحة مختلف مصادر الأنباء والآراء لكل إنسان (٢) .

وهكذا يتضح لنا أن المجتمع الإنسانى يقوم على الاتصال البشرى أو الإعلام بوجه عام . فالاتصال أو الإعلام هو حجر الزاوية لقيام هذا المجتمع .

وسواء أكان يقوم بهذا العمل فرد من أفراد القبيلة ، أم مراسل لإحدى الاذاعات ، أم وكالة أنباء ، أم صحيفة أم غيرها ، فإن الوظيفة نفسها خالدة ، فالإعلام يقدم للمجتمع إذن خدمة جليلة تؤدى إلى توافقه وتجانسه ووحدته وتكتله .

ويرى « ولبورشرام » . wilbur Schramm أن الإعلام الذى يتزايد تداوله هو الذى

---

(١) عبد القادر حاتم . الإعلام والدعاية – نظريات وتجارب . ص ١٠٠ .

(٢) الجمعية العامة للأمم المتحدة . التقرير السنوى للأمين العام . ملحق رقم ١ . الدورة الرابعة والعشرين نيويورك ١٩٧٠ . ص ٢٣٤ .

يقوم باحداث التغيير فى المجتمع وهو الذى يهيىء المناخ لوحدة الأمة ، فيجعل كل إقليم يلم بشئون الأقاليم الأخرى ، أناسه وفنونه وعاداته وسياساته ، ويجعل القادة الوطنيين يحدثون الشعب ، كما يجعل الشعب يحدث قادته ، كما يحدث نفسه ، ويجعل الحوار فيما يتعلق بسياسة الدولة ميسورا على نطاق الوطن كله ، ويجعل الأهداف والمنجزات الوطنية ماثلة دائماً فى أذهان العامة . ويستطيع الإعلام العصرى إذن أن يساعد على توثيق عرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافتها الفرعية المتباينة ، وأفرادها وجماعاتها المنطوية على نفسها ، ذلك إذا أحسن استخدامه [١] .

تستطيع وسائل الإعلام إذن أن تقدم مساهمة كبيرة فى التنمية الوطنية الاقتصادية والاجتماعية ،ولايبدو أن فى الأفق شيئا – ربما باستثناء التعليم المنتظم – يملك مثل هذه القدرة لنقل الأفكار الجديدة والمهارات من المدن العصرية إلى القرى التقليدية . وتمتاز وسائل الإعلام على التعليم بعامل السرعة ، كما أنها تخدم الكبار والصغار من أبناء الوطن على السواء ، فى حين أن التعليم يركز بصفة رئيسية على النشء ، وسنذكر ذلك بشئ من التفصيل .

وأصبح الإعلام فى حد ذاته يؤدى وظيفة من أخطر الوظائف فى العصر الحديث ، وهو لايقل فى خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من المرافق بل ربما يتفوق فى أهميته على كثير من المرافق الأخرى ، ذلك أنه قد ينتج عن الخطأ فى التعليم أن يتأخر عدد من الطلبة أو الطالبات فى التخرج ، وقد ينتج عن الخطأ فى الطب والعلاج أن يتعرض بعض المرضى للموت . أما الخطأ فى الإعلام فقد يتسبب فى أضرار جسيمة – منها إفساد العلاقات بين الأفراد بعضهم ببعض ، ومنها تعرض الهيئات والجماعات لطائفة من الخسائر قد لا يمكن تعويضها فيما بعد ،

---

(١) شرام ولبور : أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية . ترجمة محمد فتحى ويحيى أبو بكر . ص ٦٥ .

بل منها نشوب الحروب بين دول العالم ،وناهيك عما تسببه الحروب من كوارث (١) .

وما أشبه تدفق الإعلام فى المجتمع بتدفق الدم فى الشرايين ، وعندما يتوقف الإعلام ، أو ينعدم الاتصال ، يجف الدم فى شرايين المجتمع . أى أن الإعلام له دور رئيسى فى دفع عجلة التنمية ، والتبشير بالتحول والتغيير ،ومعاونة المتعلم على اكتساب المهارات وخلق الحوافز . هذا فضلا عن تهيئة الجو الصالح للمناقشة والحوار ، والاتصالات بين القيادات والقواعد اتصالا متبادلا لتكوين الرأى العام السليم ، والإعلام عامل أساسى فى نشر الأفكار العصرية ، وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة وخلق الشخصية الجديدة ، ويتم ذلك كله حين يبنى الإعلام على تخطيط متوازن يتفاعل فيه الإعلام مع التنمية الاقتصادية والزراعية والصحية ، وغيرها أى أنه استثمار فى التغيير يواكب عمليات التصنيع والتقدم الاقتصادى (٢) .

وإذا كانت الدول المتقدمة فى حاجة إلى الإعلام فإن الدول النامية والمتخلفة أحوج ما تكون إليه . ومصر إحدى هذه الدول النامية التى هى أشد ما تكون حاجة إلى إعلام صادق أمين ، لأن الإعلام سوف يواكب خطط التنمية التى تضعها هذه الدول بهدف نقل السكان فيها من المستوى التقليدى إلى المستوى العصرى فى مختلف نواحى حياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وإشراك هؤلاء الناس فى الجهود التى تبذلها هذه الدول لتحقيق التنمية بها .
والإعلام يقرب وجهات النظر بين الأفراد والجماعات ، ويقوم بربط الريف بالحضر عن طريق شرح وتفسير وتبسيط المعلومات والأفكار وتقديمها للناس بطريقة جذابة مفهومه . ويقدم لهم أحدث المبتكرات العصرية فى مختلف المجالات ، حتى لا

---

(١) عبد اللطيف حمزة : أزمة الضمير الصحفى . ص ٦ .
(٢)إبراهيم إمام . المصدر السابق . ص ٤٥٣ .

يعيشوا بمعزل عن العالم الذى حولهم ، ولا يتخلفوا عن مسيرة التقدم التى تجتاز العالم من ناحية أخرى ريفها وحضرها .

هذا إلى جانب قيام الإعلام بإشباع رغبة الجماهير فى المعرفة ، حيث أن حرمان الناس من المعلومات والحقائق التى تعالج شئونهم يؤدى إلى خلق جو من التوتر وعدم الثقة بين الحاكم والمحكوم من ناحية وبين أفراد الشعب بعضهم ببعض من ناحية أخرى .

يقول توماس جيفرسون Thomas Jefferson أن الطريقة المناسبة لمنع اللبس وسوء الفهم عند الجماهير هى تزويدهم بالمعلومات الكافية التى تعالج شئونهم وأحوالهم عن طريق مختلف أجهزة الإعلام ، وإتاحة الفرصة للإعلام لكى ينساب إلى الشعب ويصل إلى مختلف الكتل الجماهيرية [1] .

وهكذا يتضح لنا مدى أهمية الوظائف التى يضطلع بها الإعلام فى المجتمعات المتقدمة والمتخلفة على السواء . أنه الزم ما يكون لحياة الأمم والأفراد ، ولا تستطيع الشعوب أن تساير ركب الحياة بدون الإعلام ، وفى دراسة ميدانية أجراها كاتب هذه السطور اتضح منها كيف يحيا البشر فى مجتمع ريفى متحضر تجد فيه أجهزة الإعلام المناخ المناسب لتؤدى وظائفها وتحدث فيه آثارها من حيث رفع مستوى الثقافة والفكر فيه . ومجتمع آخر شبه محروم من الإعلام – إلا ما تيسر من بعض برامج الراديو – فالإنسان فى المجتمع الأول ، وقد ربطته أجهزة الإعلام بأسباب التقدم والمدنية ، يشارك فى الحياة العامة لوطنه ، ويدلى برأيه بحرية بعد دراسة وفهم .أما فى المجتمع الثانى المتخلف فلا يكاد المواطن به يعنيه ما يجرى فى هذا الوطن ، حتى أخطر ما يهدد وجوده ، ولو كان احتلالا أجنبيا يجثم على أرضه[2] .

---

(١) Rivers, William : Mass Media; p.3 .

(٢) محيى الدين عبد الحليم . الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى . رسالة ماجيستير . كلية الآداب جامعة القاهرة . ١٩٧٣ .

عملية الإعلام

لا يكاد يختلف الباحثون فى أن العملية الإعلامية تشتمل على العناصر الخمسة التالية [١] : -

١ - المرسل للرسالة الإعلامية .
٢ - الرسالة الإعلامية نفسها .
٣ - الوسيلة التى تقوم بنقل هذه الرسالة .
٤ - المستقبل للرسالة الإعلامية .
٥ - الاستجابة للرسالة الإعلامية .

وقد لخص « هارولد لازويل Harold Lasswell» عملية الاتصال فى عبارته التالية التى تحمل كل عناصر العملية الإعلامية وهذه العبارة هى :

« من ؟ يقول ماذا ؟ بأى وسيلة ؟ إلى من ؟ وبأى تأثير ؟ » .

من يقصد بها المرسل الذى يوجه الرسالة سواء أكان فردا أم جهازا إعلاميا ، وسواء أكان دار صحيفة أم إذاعة أم تليفزيون ، أم غير ذلك .

يقول ماذا : يعنى بها ماهية الرسالة الإعلامية « مضمونها ، لونها ، مكوناتها ، ... إلخ » .

بأى وسيلة : المقصود بهذا العنصر الوسيلة التى تحمل الرسالة الإعلامية ، سواء أكانت وسيلة سمعية أم بصرية أم وسيلة مقروءة .

لمن :ويعنى بهذا العنصر الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية ، ونوعية هذا الجمهور (ثقافته ، مستواه الاقتصادى ، فئات السن به ، نوعه ... الخ) .

---

(١) Emery, Edwin Ault , Phplip and Aqee , Warren; p.8 .

بأى تأثير : التأثير هو الهدف النهائى للرسالة الإعلامية ، لأن الرسالة التى لا تحدث تأثيرها سوف تعمل فى فراغ ،وقد يرجع السبب فى ذلك إلى قصور فى الرسالة نفسها أو فى المرسل ، أو فى عدم إنتقاء الوسيلة المناسبة لتوصيل هذه الرسالة .

وسوف نتناول كل عنصر من هذه العناصر بشئ من التفصيل .

العنصر الأول : من : Who (رجال الإعلام) : -

أن رجال الإعلام فى كل الأمم هم وكلاء هذه الأمة فى ميدان خطير من ميادين الحياة ، حيث إنهم المسئولون فى الواقع عن الحرب والسلام كما أنهم مسئولون عن رفاهية الشعوب ، وقد كان للتقدم الكبير فى الإعلام ووسائله ما حوله فى كثير من الأحيان ، وفى كثير من البلدان إلى صناعة وتجارة ، وقد كان لعجز الكثير من رجال الإعلام عن فهم رسالتهم ما حولهم إلى صناع وتجار [١] .

وإن رجال الإعلام يجب أن يكونوا مواطنين على مستوى المسئولية التى يتصدون لها ، ذلك أنه على رجل الإعلام أن يعرف كيف يقرأ ويسمع ويشاهد ما يدور حوله بعين ناقدة وفكر نافذ حتى يستطيع أن يحقق أهداف رسالته بكفاءة أكثر ، وبصورة مرضية .

وإن رجل الإعلام الناجح هو الذى يكتشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن الفكرة التى لديه ، والتى يستطيع أن يؤثر عن طريقها فى أكبر عدد ممكن من الناس ، وقد يصل عدد هؤلاء الناس إلى الملايين ، إلا أن الإعلام الناجح يشعر مستقبل الرسالة الإعلامية أن رجل الإعلام يتحدث إليه حديثا شخصيا ، ذلك أن المرسل يجب أن يكون قادرا على فهم عقلية جمهوره ، قريبا منهم ، لأن الاتصال الجماهيرى الفعال هو عبارة عن اتصال بين شخص وآخر مكرراً آلاف المرات فى

---

(١) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق . ص ٦ .

وقت واحد . ولذلك فإن رجل الإعلام الحصيف يجب أن يركز اهتمامه فى نقطتين جوهريتين هما [١] : –

١ – أن يعرف ماذا يريد بعملية الاتصال .

٢ – أن يعرف كيف يوجه رسالته بما يمنحها أكبر قوة تأثير ممكنة فى عقلية الجماهير ، وإن الرسالة التى تتضمن مضمونا ضعيفا والتى تخاطب ملايين الناس بأسلوب ضعيف سوف يكون أثرها أقل بكثير من الرسالة المعدة إعدادا جيداً والتى تخاطب عددا قليلا من الناس .

ومن أجل هذا فإن رجل الإعلام الذى أحسن تأهيله ، والمدرب تدريبا سليما يستطيع أن يفهم الأهمية الاجتماعية للدور الذى يقوم به ، كما أن عليه أن يسأل نفسه – ماذا يريد بهذا الاتصال ؟ ثم عليه بعد ذلك أن يفهم رسالته فهما جيدا ، وعلى رجل الإعلام أيضاً أن يفهم خصائص الوسيلة الإعلامية التى يستخدمها فى نقل رسالته للجمهور ، كما أن رجل الإعلام عليه أن يدرس الاهتمامات المتغيرة للناس ، والمستويات المختلفة للجماعات التى تشكل جمهور المستقبلين لرسالته بوجه عام ، ثم يقوم بتكييف هذه الرسالة حسب متطلبات كل وسيلة من الوسائل التى يستخدمها ، ثم يراعى القدرات المختلفة للجماهير التى يحاول الوصول إليها . وأخيرا على رجل الإعلام أن يعرف كل شئ عن المشاكل والقضايا التى قام الباحثون بدراستها فى مختلف نواحى الحياة .

وتتناسب هذه المواصفات المطلوبة فى رجال الإعلام مع

---

(١) Emery, Edwin, Ault, Phijip, and Agee Warren . op-cit .p.6 .

الدور الخطير المكلفين بالقيام به ، ذلك أن مهمتهم لا تقتصر على تسجيل للتاريخ فحسب ، ولكنهم يسهمون فى تشكيل تاريخ أممهم ، بل وتاريخ العالم حيث إن الكلمات التى يكتبونها أو الأحاديث التى يدلون بها قد تحدث أثرا فعالا فى حياة ملايين الناس ، وأن هذا التأثير قد يمتد ليشمل آخرين غير هؤلاء الذين يتعاملون مع وسائل الإعلام ، ذلك أن إمكان الوصول إلى إعداد كثيرة من الناس وتغيير اتجاهاتهم هدف متاح إلى حد كبير .

ويعتبر عنصر المرسل من أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية ، فإذا كانت مادة الرسالة قوية ، وإذا كانت وسيلة الإعلام المستخدمة تتمتع بفاعلية كبيرة فى سرعة الرسالة مثل المذياع ، وفى قوة تأثيرها مثل وسيلة الاتصال الشخصى ، ثم تفتقد العملية الإعلامية رجل الإعلام القادر على نقل الرسالة ، وعلى إحداث الأثر المطلوب لدى الجمهور ، فإن هذا سيقضى حتما على كل احتمالات نجاح العمل الإعلامى حتى ولو كان موضوع الرسالة يعالج جوانب هامة وخطيرة تمس سلامة الوطن ومستقبله .

ورجل الإعلام أو المرسل قد يكون مذيعا فى الإذاعة المسموعة أو المرئية ، وقد يكون محررا فى إحدى الصحف ، أو إخصائى إعلام فى إحدى إدارات الإعلام أو هيئاته ، أو فى إحدى الوزارات المتخصصة كالمرشد الزراعى أو المثقف الصحى .

ورجل الإعلام الذى يصلح للعمل فى أحد أجهزة الإعلام قد لا يصلح للعمل فى جهاز آخر ، فالمحرر فى إحدى الصحف قد لا ينجح بالضرورة فى إلقاء محاضرة تكلفه بها هيئة إعلامية ، أو جهاز الإعلام الزراعى ، أو الصحى أو غيره والمذيع فى المذياع الذى يوجه رسالته عبر الأثير لا يراه أحد أثناء توجيهه لرسالته قد يفشل فى الاشتراك فى إحدى الندوات ، ولا يستطيع مواجهة الجماهير ، والرد على استفساراتهم والتجاوب معهم ، وهكذا ... حيث إن لكل جهاز إعلامى مواصفات يختص بها ، ويتطلب

على أثرها إعلاميين قد لا تتوافر فيهم الصفات المطلوبة للعمل فى جهاز آخر .

كما أن رجل الإعلام القادر على العمل فى مجتمع حضرى قد يفشل فى العمل بمجتمع ريفى أو قبلى ، ذلك أن لكل مجتمع عاداته وتقاليده وظروفه الخاصة التى تتطلب من رجل الإعلام الذى يعمل به قدرات من نوع معين تمكنه من التعامل مع فئة دون فئة أخرى وفى بيئة تختلف عن سواها .

ويرى شارلز براون Charles Brown أن اختيار العاملين فى حقل الإعلام يجب أن يتم على أسس سليمة ، كما يجب ألا يخوضوا هذا المجال إلا بعد اجتيازهم عدة اختبارات عملية وعلمية وشخصية ، كما أنه لابد أن تمضى عليهم فترة اختبار للتحقق من مدى صلاحيتهم لهذا العمل الخطير ، لأن وظيفة رجل الإعلام من الأهمية والخطورة بحيث يمكن أن يترك أثرها انطباعا طيبا عن الجهة التى يعمل بها ويمثلها فى أذهان الجماهير التى يتعامل معها ويتوجه إليها برسالته ، وإما أن يتسبب فى خسارة معنوية ومادية كبيرة أثناء تعامله مع الناس قد ينتج عنها أن تفقد الجهة التى يمثلها سمعتها التى تكون قد انفقت الكثير فى بناء هذه السمعة الطيبة لها خلال فترة طويلة (١) .

وإذا كان رجل الإعلام يمثل الحكومة ، أى رجل إعلام حكومى ، فالخطر هنا يكون أكبر وأعظم إذا لم يكن على مستوى المسئولية التى يؤديها ، حيث إن رجل الإعلام الحكومى يمثل حلقة الاتصال بين الحكومة والشعب فى الداخل والخارج من ناحية ، وبينها وبين الشعوب الأخرى من ناحية أخرى ، وإذا فقد الشعب ثقته بالحكومة تصبح معرضة للسقوط نتيجة للفتنة والبلبلة التى قد تحدث لأى سبب من الأسباب ، ويتحمل رجال الإعلام جزءا كبيرا من المسئولية ، ويكون ذلك إما بسبب عجزهم عن مواجهة الجماهير والرد على

---

(١) Brown, Charles. Informing the people .22 .

تساؤلاتها وشكاواها ، أو بسبب قصورهم عن توضيح الصورة الحقيقية لما يدور فى أذهان الشعب من تعليقات وتساؤلات وشكاوى إلى الحكومة .

ومن هذا المنطق فإن رجل الإعلام يجب أن يتميز بصفات خاصة ، منها أنه لابد أن يكون موضع ثقة الشخص الذى توجه إليه الفكرة ، وأن يتصف بالاحترام والأمانة والصدق ، وأن يكون متخصصا فى مادته بعلمه وتجاربه ، ومهما تكن عظمة الفكرة أو قدسيتها ، فإن رجال الإعلام لهم الأهمية الكبرى فى توصيلها والإقناع بها ، وبعبارة موجزة أن رجل الإعلام يجب أن يتحلى بصفات علمية وعملية وأخلاقية تسبغ عليه الاحترام والثقة من الجميع [١] .

والدول النامية على وجه الخصوص فى أمس الحاجة إلى رجال إعلام تتوافر لديهم القدرة على إقناع الجماهير والتأثير فيهم ، كما تتوافر لديهم القدرة أيضاً على توصيل المعلومات وتفسير مدلولاتها وتوضيحها ، ومعرفة الآثار الناجمة عنها لدى الجماهير ، وهذه الفئة من الإعلاميين القادرين يستطيعون أن يقيموا جسرا تنتقل عبره آمال الجماهير ورغباتها ومشكلاتها فى مختلف شئون الحياة إلى الحكومة ، وينقلوا إلى الشعب المنجزات والمشروعات المزمع تنفيذها والتى تم تحقيقها بالفعل ، وهؤلاء لابد أن يحسن اختيارهم .

وينصح « ولبورشرام » الدول النامية ألا تسلم أجهزتها الإعلامية لأشخاص تنقصهم الكفاية والتدريب ، ويقول فى ذلك أنه ليست هناك غلطة أكبر من أن تقوم هذه الدول بإعداد الإمكانات المادية واستيراد المعدات دون أن تقوم بإعداد الأشخاص المهرة الذين تتطلبهم مثل هذه الإمكانات والمعدات ، ولهذا تحتاج هذه الدول إلى القيام بتدريب جميع العاملين فى الإعلام . وهذا أمر بالغ الأهمية بالنسبة لأية دولة نامية تريد أن تنتفع بأجهزتها الإعلامية بأقصى ما يمكن ، وكذلك

---

(١) عبد القادر حاتم . المصدر السابق . ص ١٠٢ .

على الدول النامية أن تقوم بتحسين مستوى العاملين فى هذا المجال (١) .

وأنه من الأخطاء الكبيرة أن تحصل أجهزة الإعلام على احتياجاتها من الإعلاميين عن طريق إدارات توظيف القوى العاملة ، ذلك أن هذه الإدارات ليس لديها جهاز فنى إعلامى يستطيع القيام بتقييم الخريجين قبل توزيعهم مما ينتج عنه وضع الكثيرين ممن لا يتوافر لديهم الكفاءة أو الرغبة فى العمل الإعلامى فى غير أماكنهم المناسبة .

ويمكن أن نجمل المواصفات المطلوبة لرجل الإعلام فى النقاط الآتية :

١ – أن تتوافر لديه الموهبة الخلاقة التى تهىء له أفضل الفرص لاستيعاب كل جديد فى مجال عمله .

٢ – أن تتوافر لديه الخبرة المهنية فى حقل الإعلام ، والإتصال بالجماهير والقدرة على التعامل مع هذه الجماهير .

٣ – أن يتوافر لديه قدر من الذكاء يستطيع من خلاله التصرف فى المواقف الجديدة ، ويستطيع خلق وابتداع الموضوعات وحسن تقديمها للجمهور .

٤ – أن يكون حاصلا على قدر كاف من الدراسة فى المجال الإعلامى ، وتشتمل هذه الدراسة على العلوم المتصلة بهذا المجال ، مثل علم النفس الاجتماعى ، وعلم الاتصال بالجماهير ، ودراسات الرأى العام ، وكذا الدراسات الإحصائية فى عالم أصبح الرقم خير ما يعبر عن الحقيقة فيه ، كذلك الدراسات اللغوية القومية منها والعالمية ، وغير ذلك من الفنون الصحفية والإعلامية الأخرى التى توفرها معاهد وكليات وأقسام الإعلام والصحافة للدارسين .

٥ – أن تتوافر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية ، ولاسيما وأن لكل جماعة لغة خاصة تفهمها . وتتفاعل معها ، فاللغة المتداولة بين فئات العمال تختلف عن اللغة المتداولة

---

(١) شرام ولبور . المصدر السابق . ص ٣٤٢ .

بين الفلاحين أو المثقفين وهكذا .. وَلذلك يجب أن تؤخذ هذه المستويات فى الاعتبار عند تقديم المواد الإعلامية .

٦ – على رجل الإعلام أن يتحسس مشكلات مجتمعه ، وأن يتفاعل مع هذا المجتمع من أجل معالجة هذه المشكلات بهدف خلق التوافق والانسجام مع الشعب ، مما سوف يساعد على النجاح فى أداء وظيفته .

٧ – أن يكون قادرا على خلق الأصدقاء فى مختلف المجالات ، لأن هؤلاء الأصدقاء سيكونون بمثابة مصادر له سواء فى الحصول على المعلومات التى يتطلبها ، أو فى الاستعانة بهم فى توجيه رسالته الإعلامية . وهنا يجب على رجل الإعلام أن يكون حريصا مع أصدقائه حتى لا تؤثر هذه الصداقة فى حسن تأديته لوظيفته ويضطر إلى مجاملة أصدقائه على حساب العمل أو يخفى الجانب غير المضئ نحو الجهات التى يعملون فيها على حساب الصالح العام ، وعلى حساب سياسة الجهاز الإعلامى الذى يعمل فيه . وإذا لم يكن رجل الإعلام حريصا فى هذه الناحية فإنه بذلك يسمح لنفسه أن يكون أداة يستخدمها الأصدقاء لتحقيق مآربهم لدرجة يصبح معها لا يتعدى كونه مندوب دعاية لهم ، وفى هذا يقول « بروان » إن رجل الإعلام الناجح هو الذى يكسب ثقة أصدقائه ولكن دون أن يسمح لنفسه أن ينزلق إلى ما لا يتفق مع المسئولية التى يتحملها فى نفس الوقت [1] .

٨ – على رجل الإعلام أن يكون موضوعيا إلى أقصى الحدود ، فيقوم بعرض وجهتى النظر المختلفتين ، ثم يعرض وجهة نظره بعد ذلك إن أراد موضحا

---

(١) Brown, Charles. op-cit- p. 24 .

ذلك . وألا يرجح أثناء عرضه لمختلف الآراء رأيا على آخر وأن يراعى الدقة فى هذا الصدد [١] .

٩ – أن تتوافر لديه خلفية ثقافية واسعة تسعفه إذا تعرض لأى موقف حرج ، وذلك لكى تلقى هذه الخلفية على عمله ظلالا من الثقة لدى الجمهور .

١٠ – أن يكون متسامحا صبورا ، محبا لعمله شغوفا به ، لا يهدف من وراء ذلك إلى مطلب مادى أو أدبى ، ذلك لأن هذا العمل يجب أن يختلط بدمه ويصبح جزءا منه ، يتحمل من أجله المشاق والصعاب دون كلل أو ملل .

١١ – أن تتوافر فيه صفات وطنية معينة – لاسيما إذا كان يعمل فى أجهزة إعلام حكومية – وأول هذه الصفات أن يكون مؤمنا برسالته ، وبالمبدأ ، والعقيدة ، والجهة التى يدافع عنها ، ويعمل من أجلها .

وقد اهتمت مصر برفع كفاءات وقدرات العاملين بالحقل الإعلامى ، وخطت فى ذلك خطوات لا بأس بها ومن هذه الخطوات :

١ – إنشاء كلية الإعلام بجامعة القاهرة التى تضم ثلاث شعب ، احداهما لدراسة العمل الإعلامى فى الإذاعة والتلفزيون ، والثانية متخصصة فى دراسة العلاقات العامة ، والثالثة لدراسة الصحافة ، وتضم هذه الكلية مستويين أحدهما لقبول الطلبة الحاصلين على الثانوية العامة ، ويتم قبولهم للدراسة فى كلية الإعلام بعد إجراء عدة اختبارات لقياس كفاءاتهم واستعداداتهم للعمل فى الحقل الإعلامى ، والمستوى الثانى يقبل الحاصلين على مختلف المؤهلات الجامعية ، وتشترط الكلية أن يقتصر القبول فى هذا المستوى على العاملين فى مجال الإعلام ، مع خبرة لا تقل عن عامين فى المجال الإعلامى وتستعين الكلية للتدريس فيها بعدد من الأساتذة المتخصصين فى مختلف الفنون والعلوم الإعلامية ، إلى جانب استعانتها بخبراء الإعلام فى

---

(١) Loc-Cit.

مختلف القطاعات ، ويدرس فى هذه الكلية مجموعة من المواد النظرية والعملية على أحدث النظم المعمول بها فى الدول ألتى سبقتنا إلى ذلك .

٢ – قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر ، ويأخذ على عاتقه إعداد وتأهيل العناصر الإعلامية التى تصلح للعمل فى حقل الإعلام الإسلامى بهدف دعم وتثبيت هذه العقيدة السمحاء فى أذهان الجماهير ، ومقاومة تيارات الألحاد والانحراف بها عن أصولها وضوابطها السليمة .

٣ – قسم الصحافة بجامعة أسيوط (فرع سوهاج) ، ويهدف إلى سد احتياجات صعيد مصر من الإعلاميين المؤهلين تأهيلا علميا .

٤ – شعبة الإعلام بجامعة الاسكندرية : وقد تم إفتتاح هذه الشعبة مؤخرا بهدف تزويد أبناء الثغر والمناطق المحيطة به بمتخصصين فى حقل الاتصال بالجماهير يحملون على عواتقهم مسئولية العمل الإعلامى بمختلف فروعه فى واحد من أهم وأبرز موانى البحر الأبيض المتوسط .

٥ – معهد الإذاعة ، ويتبع اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ويهدف إلى رفع كفاءة العاملين فى الحقل الإذاعى عن طريق تقديم مجموعة من المواد الدراسية التى تعالج مختلف فنون العمل الإذاعى .

٦ – معهد التلفزيون وهو على غرار معهد الإذاعة ، ويقوم بعقد الدورات التدريبية والحلقات الدراسية لنفس الغرض .

٧ – قسم الثقافة الصحية بالمعهد العالى للصحة العامة فى الاسكندرية ، ويقوم بإعداد طائفة من العاملين فى حقل الثقافة الصحية ، وكذلك الراغبين فى الدراسة بهذا الفرع من غير العاملين به ليكونوا مثقفين صحيين .

٨ – أقسام الإرشاد الزراعى فى بعض كليات الزراعة ، وتقوم بإعداد الراغبين فى التخصص فى مجال الإرشاد الزراعى .

العنصر الثانى : يقول ماذا : Says What (الرسالة الإعلامية) : –

الرسالة هى الأفكار ، والمفاهيم ، والاحساسات ، والمهارات ، والاتجاهات

التى يرغب المرسل فى إشراك المستقبل فيها . فالحقائق والاتجاهات الفكرية والأفكار الجديدة التى يقدمها رجل الإعلام فى كلمات أو صور أو إشارات رمزية أخرى ، تعتبر رسائل إعلامية يرغب المرسل فى إشراك المستقبل فيها .

والرسالة هى أهم عناصر العملية الإعلامية ، وتتركز حولها جهود الإعلاميين ، حتى تستطيع أن تحدث أكبر تأثير ممكن . والرسالة الإعلامية يجب أن تتوافر لها الظروف المناسبة التى تهيئ لها النجاح . ونستطيع أن نوجز أهم عناصر نجاح الرسالة الإعلامية فى عدة نقاط هى :

١ - يجب أن يراعى فى الرسالة أن تهم أكبر عدد ممكن من الجماهير المستقبلة لها ، وأن تشعر هذه الجماهير بحاجتها إلى موضوع الرسالة وأن تعالج مشاكلهم ، وتتناول مختلف قضاياهم ، فالتحدث عن المبيدات الزراعية يجذب اهتمام الفلاحين بدرجة تفوق اهتمامهم بالشعر والموسيقى مثلا .

ومما هو جدير بالذكر فى هذا الصدد أن الناس أكثر اهتماما بما يحدث فى مجتمعاتهم الخاصة Own Communities ثم يتلو ذلك فى الأهمية ما يحدث فى دولهم ، وفى النهاية تأتى اهتماماتهم بما يحدث فى العالم بوجه عام ، ولهذا فإن صفة القرب Proximity تعتبر عنصرا جوهريا من عناصر نجاح الرسالة الإعلامية .

٢ - يجب أن تعد الرسالة بما يتناسب والظروف الخاصة التى تحكم كل وسيلة إعلامية ، لأن الرسالة الإذاعية تتطلب شروطا قد لا تتطلبها الرسالة الموجهة عن طريق التليفزيون ، ذلك أن مستقبل الرسالة الإذاعية لا يرى الحدث بعينيه كما لايرى المذيع الذى ينقل له ذلك الحدث ، وعلى العكس من ذلك فإن مستقبل الرسالة المنقولة بواسطة التليفزيون يشاهد لقطات من الحدث ، كما يشاهد المذيع ، وكذلك فإن الرسالة المطبوعة تسمح - إلى حد ما - بالافاضة فى شرح تفاصيل الموضوع الذى تنقله ، وكذلك فإن الرسالة الشفوية تختلف عن الرسائل التى ذكرناها . وهذا يتطلب من المرسل أن يكون متفهما لطبيعة كل وسيلة دارسا لأصول استخداماتها فى الزمان والمكان المناسبين .

٣ – يجب مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية فتوجه الرسالة باللغة التى يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها ، فالرسالة الموجهة إلى مستويات تعليمية عليا تختلف عن الرسالة الموجهة إلى مستويات شعبية قليلة الحظ من التعليم والثقافة ، والرسالة الموجهة إلى جماهير الأطفال تختلف عن الرسالة الموجهة إلى جماهير الشباب أو كبار السن ، كذلك فإن الرسالة الموجهة إلى الذكور غير الرسالة الموجهة إلى فئة الاناث ، ومعنى هذا كله أن الرسالة الإعلامية يجب أن تعبر تعبيرا موضوعيا صادقا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم فى نفس الوقت ، كما أشار إلى ذلك العلامة الألمانى « أوتوجروت » .

٤ – يجب ألا تأتى الرسالة متناقضة مع عادات المجتمع وتقاليده ، ولكن يجب أن تأخذ هذه الرسالة فى اعتبارها اهتمامات الجمهور الذى توجه إليه ، ذلك أن الفرد لا يعرض نفسه إلا للموضوعات التى يرغب فى التعرض إليها فعلا ، وهو ما يسمى بالتعرض الانتقائى Selective Exposure . كما أنه لا يدرك هذه الموضوعات إلا بالشكل الذى يود إدراكه به وهو ما يسمى بالإدراك الانتقائى Selective Perception. وأن معظمنا يتذكر المواد الإعلامية التى تؤيد وجهة نظرنا ونحاول أن ننسى المعلومات المخالفة لآرائنا وهو ما يسمى بالحجز أو التذكر الانتقائى Selective Retention وسوف نتحدث بشئ من التفصيل عن هذه العمليات الانتقائية الثلاث فى الفصل الخاص بالرأى العام .

٥ – يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية بالبساطة والوضوح ، وأن تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة لأن الإعلام يعتمد على الكلام الواضح البسيط أيا كان نوع الرسالة الموجهة ، وليست الرسالة الإعلامية الناجحة هى التى تصاغ عبارتها بمهارة أو طلاقة لغوية فائقة ، ثم تترك عالم الواقع وتحلق فى أجواء خيالية .

وقد مضى الوقت الذى كان فيه رجال الإعلام يعتقدون أنهم يؤدون

وظيفتهم على أحسن وجه إذا أجادوا اختيار العبارات والمعانى اللغوية العميقة دون أن يلتزموا بالوضوح والبساطة .

العنصر الثالث : بأى وسيلة : In Which Channel وسائل الإعلام : -

أن وسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة ، وقد ازداد الاهتمام بدراسة هذه الوسائل ، وتحديد الخصائص التى تتميز بها كل وسيلة ، وقياس مدى آثارها على الرأى العام . وذلك لأن لكل واحدة من هذه الوسائل طبيعة خاصة تميزها عن الوسائل الأخرى ، وقد تقدمت البحوث الحديثة ، ولاسيما فى الولايات المتحدة الأمريكية وأوربا فى دراسة وتحليل وسائل الإعلام المختلفة . وتنقسم هذه الوسائل إلى ما يلى :

١ - الوسائل المطبوعة : -

وتشتمل هذه الوسائل على : الصحف ، والمجلات ، والدوريات ، والكتب ، والنشرات ، والكتيبيات واللافتات ، والملصقات . وهى الوسائل الإعلامية التى تنتجها الآلات الطباعية المختلفة .

٢ - الوسائل السمعية : -

وتشمل على الإذاعة ، والتسجيلات الصوتية المختلفة ، وغيرها من الوسائل التى تعتمد على عنصر الصوت وحده .

٣ - الوسائل البصرية : -

وتضم هذه الوسائل : المعارض ، والنصب التذكارية ، والأعلام ، واللافتات ، وغير ذلك من الوسائل التى تعتمد على حاسة النظر وحدها .

٤ - الوسائل السمعية البصرية : -

وتضم الوسائل التى تجمع بين الصوت والصورة ، سواء أكانت صورة صناعية أم طبيعية : مثل العروض السينمائية ، والتليفزيون ، والمسرح .

٥ – وسائل الاتصال المواجهى (الوسائل الشفوية) وتشمل : –

(أ) الاتصال الشخصى المباشر بين شخص وآخر .

(ب) الاتصال الجمعى بين شخص ومجموعة من الناس بشكل مواجهى .

ولكل واحدة من هذه الوسائل مجال معين تستخدم فيه بنجاح ، وقد لا تصلح فى مجال آخر ، كما أن لكل وسيلة تأثيرها الخاص فى نوعيات معينة من الجماهير قد لا تؤثر فى نوعيات أخرى ، إلا أنه إذا اجتمعت الصورة مع الصوت فى وسيلة واحدة كان لذلك وقع فى النفوس يفوق استخدام أحداهما فقط بدرجة كبيرة .

وقد أصبحت الوسائل المرئية تشكل حوالى ٧٠ ٪ من حصيلة المعرفة الإنسانية ، وتعتبر هذه الوسائل من أقوى الأسلحة الإعلامية فى الوقت الحاضر والرسالة الإعلامية المكتوبة أو المسموعة التى قد يساء فهم مضمونها بدون صورة يمكن أن تصل إلى أذهان الجمهور غالبا فى لحظات وجيزة وبشكل أوضح ، وذلك مع استخدام الصورة . وفى الحقيقة فإن الصورة يمكن أن تقص علينا قصة كاملة دون ما حاجة إلى تدعيمها بالكلمة إذا ما توافرت فيها عناصر الجاذبية والاستهواء المباشر ومسايرتها للزمن (١) .

إلا أن كل وسيلة من الوسائل السابق ذكرها تتوافر لديها قدرة معينة على إحداث أثر إعلامى معين بدرجة ما .

وسوف نتناول فى هذه الدراسة بشئ من الاستفاضة أبرز هذه الوسائل الإعلامية التى تلعب دورا حيويا فى الحياة المعاصرة لنعرض طبيعة هذه الوسائل والصفات التى تميزها عن الوسائل الأخرى والمجال المناسب لعمل كل منها .

---

(١) نخبة من خبراء العلاقات العامة بانجلترا . العلاقات العامة فى مجالات التطبيق العملى . ترجمة حسين الديب . ص ٢٥٩ .

وهذه الوسائل هى :

١ - الإذاعة .

٢ - التليفزيون .

٣ - الوسائل المطبوعة (وتضم الكتيبات والنشرات وغير ذلك) .

٤ - العروض السينمائية .

٥ - وسائل الاتصال المواجهى .

أولا : الإذاعة : -

االراديو هو وسيلة الإعلام التى لم تضارعها حتى الآن وسيلة أخرى فى قوة تأثيرها ولاسيما فى المجتمعات الريفية ، ويتميز الراديو بمجموعة من الخصائص التى ينفرد بها عن سائر وسائل الإعلام الأخرى وهى :

١ - أن موجاته قادرة على اختراق كل أنحاء العالم فى أقل من لمح البصر ، وقد أكدت الدراسات أن موجة الأثير تدور حول الكرة الأرضية فى نحو ثمن ثانية ، لا يقف فى سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية ، ولذلك فالمذياع يعتبر أقدر وسائل الاتصال فى سرعة نقل الأخبار [١] .

وفى هذا يقول « بوب سيلر » Bob Siller إنه منذ أن ظهر المذياع إلى الوجود وهو يلعب دورا حيويا فى تزويد العالم بالأخبار بسرعة وكفاءة ، وقد ظلت هذه الصفة الإعلامية هى التى تميز المذياع .ذلك أنه إذا لم يتوافر عنصر السرعة فى الخبر الإذاعى فإن تفوق المذياع فى نقل الأخبار سوف يضعف ويضمحل [٢] .

٢ - يستطيع المذياع أن يخاطب كل الفئات والطوائف مهما أختلفت درجة التعليم بينها ، وعلى هذا فإنه وسيلة مناسبة لمخاطبة الأميين ، نظرا لأنه لا يتطلب أدنى درجات القدرة على القراءة والكتابة .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ٢٠

(٢) Siller, Bob, White, Ted and Tarkel, Hal : Television and Radio news .p.20

٣ - لا يحتاج المذياع إلى مجهود من جانب المستمعين فهو لا يتطلب تركيزا كاملا لمتابعة برامجه ، حيث إنه من الممكن للمرء أن يمارس أى عمل يدوى أثناء استماعه للمذياع ، ولهذا فهو وسيلة مناسبة لربات البيوت حيث يستطعن تأدية عمل المنزل فى نفس الوقت الذى يتابعن فيه الاستماع للمذياع ، أى أن المذياع يعتبر وسيلة سهلة تبقى الناس على علم دائم بما يدور حولهم من أحداث . وفى هذا يقول « إيريك بارنو » Erik Barnouw إن المذياع هو الوسيلة الوحيدة التى لا تستحوذ على العين ، أى أنه يمكن أن يخدم جمهورا نشطا أثناء تناوله الطعام ، وقيامه بالعمل المنزلى ، وأثناء نهوضه من النوم ، واستحمامه ، وشرائه متطلباته من السوق ، وكذلك أثناء طهو الطعام ، وأثناء النزهة ، والمعسكرات ، والذهاب للنوم .. إلخ . وأصبح المذياع لذلك الصديق الدائم . ودعم من هذا الدور الهام للمذياع اختراع الأجهزة الحديثة الخفيفة الوزن التى ظهرت مؤخرا (١) .

٤ - يستطيع المذياع أن يصل إلى جماعات خاصة مثل الأفراد الكبار جدا فى السن والأقل تعليما ، والأطفال ، وغير ذلك من الجماعات المختلفة التى قد يصعب علينا الوصول إليها بوسائل الإعلام الأخرى (٢) .

٥ - يستطيع المذياع أن يجذب المستمع ويستحوذ على اهتمامه لمتابعة برامجه ، وذلك لأنه يستخدم عناصر ثلاثة تضفى على المادة الإذاعية جاذبية خاصة ، وهذه العناصر الثلاثة هى : المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والحوار . وهذه العناصر الثلاثة تجتذب المستمع للراديو ، وتوقظ انفعالاته وتخلق جوا من الصداقة والعلاقات الإنسانية (٣) .

٦ - يؤثر المذياع فى أغلب الناس تأثيرا خاصا ، وهو تأثير التوجيه الشخصى

---

(١) Barnouw, Erik : Mass Communication. p.p155 - 156.

(٢) جيهان رشتى . الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث . ص ٣٢٣ .

(٣) Barnouw, Erik : Ibid. p.p.156-158 .

الخاص ، فينقل إلى السامع عالما من التفاهم غير المنظور ، موفرا له بذلك خبرة خصوصية ، فيمس أغوار النفس البشرية ، كذلك فإن طبيعة المذياع نفسه كأداة مملوكة للسامع يشعر معه أن الحديث موجه إليه هو ، ويرجع إحساس السامع بملكيته وحده لحديث الراديو إلى وضوح الصوت أيضاً ، لأن الراديو يقدم صورة صوتية واضحة ، ويمثل إمتدادا للقوى السمعية والصوتية عند الإنسان ، والصورة السمعية هى أول ما يربط بين أفراد المجتمع الإنسانى غير القارئ [١] .

٧ – يتميز الإعلام الإذاعى بأن تأثيره يزداد عمقا وخطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم ، وكذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادى والمعيشى للأفراد ، وذلك نظرا لأن أجهزة الراديو تتوافر فى الغالبية العظمى من البيوت ولا يكاد يخلو منها مقهى أو مطعم أو باخرة أو سيارة أو قطار . والإعلام الإذاعى لا يتطلب من المستمع مقدرة ثقافية معينة ، كما تتطلب العديد من وسائل الإعلام الأخرى [٢] .

٨ – أن المشاركة الجماعية لوسائل الاتصال تكون أكثر أهمية فى حالة الراديو . فقد كشفت جميع الدراسات التى أجريت فى المجتمعات النامية أنه حينما يندر وجود أجهزة الراديو يلجأ الناس إلى التجمع حول الأجهزة القليلة الموجودة ، وينتشر الإجتماع فى منازل الأغنياء نسبيا ، وفى المقاهى . وفى القرية المصرية نجد جهاز الراديو مفتوحا باستمرار عند البقال ليس فقط لتسلية صاحب المحل ولكن لخدمة زبائنه وأصدقائه [٣]

والإذاعات إما أن تكون حكومية تابعة للدولة ، أو أهلية تديرها شركات

---

(١) فتح الباب عبد الحليم ، إبراهيم حفظ الله . وسائل التعليم والإعلام . ص ١٤٧ ، ١٤٨ .
(٢) أحمد الخشاب . الاجتماع التربوى والإرشاد الاجتماعى . ص ٥٥٢ .
(٣) جيهان رشتى . نظم الإعلام ، الإعلام فى الدول النامية . ج ١ . ص ١٤٦ .

مساهمة ، والنوع الأول هو الأكثر انتشارا ، ويكاد يكون هو النوع الذى تعتمد عليه الدول ، سواء من ناحية توجيه مواطنيها وإرشادهم ، أو الترفيه عنهم وجذب انتباههم . أما النوع الثانى وهو الإذاعات التى تؤسسها الشركات فيوجد غالبا فى الدول الرأسمالية ، إذ أنها تستخدم الإعلانات التجارية استخداما واسعا ، أى أنها إذاعات إعلان قبل أن تكون إذاعات للتوجيه والإرشاد . وفى الولايات المتحدة الأمريكية تكثر مثل هذه الإذاعات بصفة خاصة .

أثر التليفزيون على الراديو : -

يرى بعض الباحثين أن ظهور التليفزيون يؤدى إلى أخطر العواقب على متابعة برامج الراديو ، ولكن هذا ليس معناه القضاء على الراديو ، وقد ذكرنا عددا من المميزات التى يتميز بها الراديو ويتفوق فيها على التليفزيون حتى الآن . إذ أن للراديو مجالا لا يستطيع أن ينافسه فيه التليفزيون . وقد دلت البحوث التى أجريت فى هذا الصدد أن الأفراد الذين يملكون أجهزة التليفزيون لا يستطيعون الاستغناء عن الراديو بأى حال . فالراديو يستخدم إلى جانب التليفزيون فى كل الأسر التى تمتلك هذه الوسيلة ، حيث إن التليفزيون يعتبر أقل ضرورة من الراديو . ولكنه على الرغم من ذلك فقد بدأت محطات الراديو تغير كثيرا من برامجها بما يلائم جمهورها الجديد بعد اتساع نطاق التليفزيون ، فنشطت فيه مختلف البرامج التى تجذب المستمعين للراديو فى الأوقات التى لا يميلون فيها إلى مشاهدة التليفزيون مثل البرامج الإعلامية والإخبارية المختلفة والموسيقى وأخبار الأسواق والأحاديث الخاصة بالزراعة وغيرها [١] .

ثانياً : التليفزيون : -

يتميز التليفزيون بأنه يجمع العناصر الثلاثة المؤثرة فى خيال الجماهير وهى

---

(١) حسن سعفان شحاته . التليفزيون والمجتمع . ص ٦٥ - ٦٨ .

الصوت ، والصورة ، والحركة . والتليفزيون يجذب الأطفال والعوام والطبقة غير المتعلمة بوجه عام ، ويتميز التليفزيون عن سائر وسائل الإعلام الأخرى بما يلى : –

١ – أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهى . وقد يتفوق التليفزيون على الاتصال المواجهى . فى قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة ، وتحريك الأشياء الثابتة .

٢ – أن برامج التليفزيون فى أغلبها برامج محلية ، نظرا لأنه مازال محصورا فى دائرة قطرها محدود بعكس الراديو الذى تصل موجاته إلى كافة أنحاء المعمورة ، ولهذا فإن التليفزيون أقدر على مخاطبة الرأى العام داخل الوطن والتأثير فيه ، ولهذا فإن البعض يعتبره وسيلة قومية فى حين أنهم ينظرون إلى الراديو على أنه وسيلة عالمية ، نظرا لقدرته على مخاطبة الرأى العام العالمى .

٣ – تتطلب مشاهدة التليفزيون التفرغ الكامل لمتابعة برامجه ، والتركيز الكلى لذلك من جانب مشاهديه . بعكس الراديو الذى لا يشترط التفرغ وذلك التركيز لمتابعة برامجه .

٤ – يستطيع التليفزيون أن يقدم المادة الإعلامية قبل أن تمضى على حدوثها فترة زمنية طويلة ، إلا أنه لا يستطيع منافسة الراديو فى هذا السبيل .

٥ – أن التليفزيون يتفوق على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة منقطعة النظير فى الأحاديث السياسية التى يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء وقادة الرأى عن المسائل الدولية والقومية الهامة ، وكذلك الأزمات السياسية المحلية والدولية والثورات والحروب والمباريات الرياضية الهامة [١] .

٦ – أن وجود التليفزيون فى المساكن يغنى المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم مجهودا لا يريدونه أو لا يقدرون عليه ، فهو وسيلة تيسر الإعلام للناس دون أن تكبدهم عبئا ماديا أو مشقة بدنية .

لكننا فى النهاية نستطيع أن نقول إن التليفزيون يعتبر أقدر وسيلة عرفها

---

(١) حسنين عبد القادر . الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . ص ١٥٦ .

الإنسان فى مجال الإعلام فهو إذ يجمع بين الصورة والصوت وبذلك يستطيع أن يسيطر على حاستين من أهم حواس الإنسان وأشدها اتصالا بما يجرى فى نفسه من أفكار ومشاعر . وهو إذ ينقل إلى المشاهد الأحداث أثناء حدوثها فى أغلب الأحيان فإنه يربط بينه وبينها ، وينقلها إليه بكل ما فيها من معان وانفعالات ، وهو إذ ينقل إلى المشاهدين معلومات جديدة سواء فى محيطهم أو خارج هذا المحيط فإنه بذلك يوسع نظرتهم للعالم بأسلوب سهل وبطريقة مشوقة ، وهو إذ يعرض المشاكل الاجتماعية القائمة فى المجتمع فإنه يثير الوعى والإحساس بهذه المشاكل ، ويوجد دافعا وحماسا ورغبة للمساهمة فى حلها ، كما يقوم التليفزيون بدور هام فى تحقيق الترابط بين أجزاء الأمة . وتدل الابحاث على أن تأثير التليفزيون فى حالة توفره يفوق تأثير كل وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى .

ثالثاً : الوسائل المطبوعة : —

تعتبر الكتابة فنا حضاريا خالصا لاشك فى ذلك ، وقد مارست الكلمة المطبوعة تأثيرها القوى فى الجماهير بأشكال مختلفة . وتشمل الوسائل المطبوعة الكتب ، والنشرات ، والملصقات ، والصور ، والخرائط ، والصحف ، وغير ذلك .

وتتميز الكلمة المطبوعة بالعمق فى التفكير ، والصبر على البحث ، لأن المادة المطبوعة تحمل فى طياتها الرأى المدروس ، وتتيح المطبوعات للقارىء فرصة للتأمل والتمعن فى المطبوع الذى بين يديه أكثر من مرة .
وهو فى كل مرة يزداد تثبتا من الفكرة ويتمكن من تقليب وجوه الرأى فيها ، وهو ما لا يتاح للمستمع إلى مذيع فى الراديو أو التليفزيون ، أو المستمع إلى محاضر أو خطيب . وتتميز المطبوعات على وسائل الإعلام الأخرى بالصفات الآتية : —

١ — إن المطبوعات أقدر على الاحتفاظ بالمعلومات التى لديها أطول مدة ممكنة ، وهى بهذا تتيح الفرصة لمستقبل الرسالة الإعلامية لكى يشاهد المطبوع أكثر من مرة ، ولكى يتثبت من بعض النقاط التى يود أن يركز عليها .
٢ — إن المطبوعات هى وسيلة الإعلام الوحيدة التى يستطيع القارىء أن يعرض

نفسه عليها فى الوقت الذى يناسبه ويتفق مع ظروفه .

٣ - تمتاز المطبوعات أكثر من أى وسيلة أخرى بقدرتها على التصرف فى المادة التى تتضمنها فى أى حجم ، وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها .

ومعنى هذا أن المطبوعات هى أفضل وسيلة لتقديم الموضوعات الطويلة والمعقدة .

٤ - تستخدم المطبوعات بنجاح أكبر مع الجماهير المتخصصة ، مثل جمهور العمال والفلاحين أو المعلمين إلى غير ذلك .

٥ - تحتاج المطبوعات إلى مساهمة أكبر من جانب جمهورها بدرجة تفوق المساهمة المطلوبة لجماهير وسائل الإعلام الأخرى ، وذلك لأن المطبوعات لا تواجه جمهورها بمتحدث يسمعه كما يفعل الراديو ، أو يشاهده كما هو الحال فى التليفزيون أو العرض السينمائى ، ولهذا يسمح المطبوع بحرية أكبر فى التخيل ، والتفسيرات وما شابه ذلك .

فالمستقبل لا يحس بأنه شخصيا جزء من عملية الاتصال كما يحس مستمع الراديو أو مشاهد التليفزيون والعرض السينمائى ، لأنه مضطر إلى أن يُسهم بشكل خلاق فى نوع من أنواع الاتصال غير الشخصى [١] .

٦ - تتميز المطبوعات بألفاظها وعباراتها المغرية بحيث تتوافر لها القدرة على قيادة القارىء . كما أنها تمتاز بالقدرة فى تقديم العنصر الإعلامى ، حيث إنها لا تثير التشكيك فى نوايا المطبوع . كما تتميز بوضوح المقاصد والأهداف لأن الكلمة المطبوعة تتطلب هذا الوضوح . فالكتابة التى تدور حول المقصد ، أو تضطرب فى مجال الهدف دون أن تلمسه لا تترك أثرا ملموسا لدى القارىء ، وخاصة إذا كان محدود الثقافة شأن الأغلبية التى تتألف منها عامة الناس . والمطبوعات تحتوى

---

(١) نعمان ماهر الكنفانى . مدخل فى الإعلام . ص ٣١ .

على مادة يحس بها القارئ ، لا فارغة يزهد فى قراءتها أو عدم الفائدة منها [(١)] .

عوامل نجاح العمل الإعلامى عن طريق المطبوعات : -

ويتوقف نجاح المطبوعات على ثلاثة عناصر هى[(٢)] : -

١ - المضمون : وهو الموضوع الذى تتناوله هذه المطبوعات وطريقة معالجته ، حيث إن المادة التى تحتويها المطبوعات سوف تحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية . ومن هنا يجب مراعاة الأمانة والدقة فى تحرير المادة المطبوعة ، وأن تتم كتابتها بلغة صحيحة .

٢ - المظهر : وهو الشكل الذى تظهر به هذه المطبوعات ، والذى سيترتب عليه الانطباع المباشر الذى سيحكم عليه الجمهور من أول لحظة .

٣ - التوزيع : ويتم توزيع المطبوعات على ضوء معرفة الجمهور المستهدف الذى نرغب فى التوجه إليه .

وهنا يجب أن نضع هذه الأسئلة الثلاثة نصب أعيننا بالنسبة لتوزيع المطبوعات ، وهى : كيف ، ومتى ، ولمن ، توزع هذه المطبوعات ؟

رابعاً : السينما : -

تتميز السينما بأنها تمتلك قوة استهواء مباشرة للجماهير ، والسبب فى ذلك هو أن عرض العلاقات الإنسانية يثير فى النفس الشعور بالتوتر ، ويغرى الإنسان بالتعرف على نفسه فى الآخرين ، وذلك يحرك فى النفوس نزعاتها المغمورة المكبوتة تحت التوتر . وقد أشارت البحوث التى أجريت على السينما فى الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية أن السينما من أقوى وسائل الإعلام بالنسبة للأطفال ، كما أثبتت البحوث التى أجريت فى الولايات المتحدة أيضاً أن ثلثى رواد السينما من الشباب دون الثلاثين .

---

(١) المصدر السابق . ص ٣٢ .

(٢) نخبة من خبراء العلاقات العامة بانجلترا . المصدر السابق . ص ١٤٥ .

ويقول « أرسطو » فى هذا الصدد أن محاكاة الحياة أشد استهواء للعوام من الناس والأطفال [١] .

وقد أشارت البحوث التى أجراها « بلومر » Blumer و« دوب » Doob إلى أن الوسائل السمعية والبصرية كالأفلام الناطقة تمتاز بتأثيرها القوى بحكم واقعية الصورة وحيويتها واقترانها بالصوت المعبر ، كما أثبتت التجارب التى أجراها « ستودارد » Stoddard و« هولوداى » Holoday أن الوسائل البصرية تمتاز بقدرتها الفائقة على الاستهواء ، ويؤكد معظم العلماء هذه النتيجة بالنسبة للأطفال فهم يصدقون ما يرونه من الأفلام حتى ليصعب جدا تعديل التأثيرات الناتجة عن المشاهدات السينمائية عند بعضهم ، وغنى عن البيان أن عادات الممثلين على الشاشة كالتدخين واختيار الأزياء سرعان ما تنتشر بين المراهقين وغيرهم من شديدى الحساسية للاستهواء [٢] .

وأثبتت بعض البحوث التى أجريت على بعض الجنود الأمريكيين فى الميدان أن السينما أقدر على تغيير المعلومات ، ولكنها لا تستطيع تغيير الآراء والأفكار [٣] .

وأنه بالرغم من أن السينما هى أصلا وسيلة ترفيهية فإن الدول المختلفة الديمقراطية منها والدكتاتورية قد استغلت الأفلام فى مجال السياسة كما استغلها المعلنون فى مجال الدعاية التجارية . وكان « لينين » من أوائل من أدركوا أهمية السينما فى الدعاية السياسية إذ قال : « أنه يجب أن تصبح السينما أقوى أسلحة روسيا الثقافية » . والأفلام الروسية تبرز عظمة روسيا ، كما أنها تصور أهم الأحداث التى غيرت مجرى تاريخ البلاد فى صورة روايات درامية مختلفة باعتبارها من أهم الأحداث فى تاريخ البلاد [٤] .

---

(١) Barnouw, Erik : op. cit.p.122 .

(٢) إبراهيم إمام . المصدر السابق . ص ١٩٣ .

(٣) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق . ص ٢١ .

(٤) حامد محمود . الدعاية الصهيونية . ص ١٢٠ .

واستغل اليابانيون كذلك الأفلام السينمائية قبل الحرب العالمية الثانية لتحقيق هدفهم فى تأسيس آسيا الشرقية العظمى . وكانت الدعاية النازية تستخدم الأفلام السينمائية للدعاية لمبادئها . وشمل الإنتاج السينمائى فى الدول الغربية كثيرا من الأفلام الدعائية كما هو الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا [١] .

وهنا يجب التفريق بين الأفلام التجارية التى تحمل الدعاية بين طياتها ويذهب النّاس لمشاهدتها بمحض إرادتهم والأفلام الدعائية القصيرة التى تنتجها سلطات الدولة المنوط بها شئون الدعاية ، والتى تعرض على الناس فى دور السينما والنوادى أو الميادين العامة والاجتماعات .

وقد اتضح أن الجمهور الذى تعرض عليه الأفلام الدعائية يتقبلها فى بعض الأحيان بالفتور وعدم الاهتمام .

وقد اهتمت أجهزة الثقافة والإعلام فى مصر بهذا النوع من النشاط الإعلامى بعد ما تأكدت قوة تأثيرها فى تحقيق رسالة الإعلام الحكومى فى مختلف الميادين ، وبعد ما تأكدت قدرتها على نشر الوعى وبث الروح القومية لدى الجمهور ، ومن أجل هذا تعنى هيئة الاستعلامات وأجهزة الإعلام الزراعى والصحى وغيرها بإنتاج أفلام سينمائية تسجيلية ودرامية تهدف إلى إعلام الجمهور بالمنجزات التى حققتها الدولة ، وتزويدهم بالمعلومات الحديثة فى كافة المجالات السياسية والزراعية والصحية وغيرها . ومعنى هذا أن السينما لم تصبح كما كانت من قبل مجرد وسيلة للترفيه وشغل أوقات الفراغ ، ولكنها أصبحت وسيلة إعلامية لا تقل فى أهميتها عن أقوى الوسائل الإعلامية الحديثة .

وتضع الدول فى إعتبارها خدمة المجتمع كهدف أساسى للسينما ، ولهذا نجد

---

(١) نفس المصدر .

كثيرا من الحكومات فى الدول الاشتراكية بوجه خاص تهتم بمراقبة السينما وعدم اطلاق الحرية للمنتجين والمخرجين ليعبثوا بقيم المجتمع وأهدافه .

وتهدف الرقابة على السينما فى الدول المتحضرة إلى تحقيق الأهداف الآتية قدر المستطاع [١] : -

١ - المحافظة على كرامة الأسر والبيوت ، والابتعاد قدر الإمكان عن ذكر العداوات والعلاقات الجنسية المحرمة ونحو ذلك .

٢ - الإعراض عن ذكر الشذوذ الجنسى ، والاختلاط المحرم ، ونحو ذلك .

٣ - تحكيم الذوق فى المناظر الخاصة بخلع الملابس ، أو عرض غرف النوم وما إليها .

٤ - الإعراض عن مناظر القتل بطريق الشنق أو الكهرباء أو الأعمال الوحشية .

عوامل نجاح الفيلم الإعلامى : -

والفيلم الإعلامى الناجح هو الذى تتوافر فيه الشروط الآتية [٢] : -

١ - أن تكون فكرته مما ينفذ إلى شعور المشاهدين ويثير مشاعرهم ويحظى باهتمامهم .

٢ - أن يكون أسلوبه طريفا جذابا ، لا يرهق الأبصار ولا يثقل على الأعصاب .

٣ - أن تلائم أحداثه المعقول والمألوف .

٤ - أن يشير إلى هدف أو غاية محترمة لها مكانتها فى النفوس .

٥ - أن يستخدم التوجيه بلباقة وحذر ، وإلا انقلب إلى دعاية قد تقابل بمعارضة وتشكك .

٦ - أن يحسب عوامل الزمان والمكان والظرف المعروض فيه ، وليس من شك فى أن الفيلم الإعلامى الناجح يستطيع أن يؤثر فى المشاهدين تأثيرا بالغا فتنعكس آثاره عليهم مما يجذبهم إلى جانب الهدف أو الغاية التى يعرض الفيلم من أجلها .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام والدعاية . ص ٧١ .

(٢) نعمان ماهر الكنفانى . المصدر السابق . ص ٦٧ .

بين السينما والتليفزيون : –

أن الفيلم السينمائى والبرنامج التليفزيونى هما سجلان للصور المتحركة ، ويتم تسجيل الصور المتحركة على فيلم سينمائى . أو يتم نقلها بواسطة كاميرات إليكترونية إلى أجهزة استقبال تلفزيونية . وفى الحالة الأولى تسمى الصور المتحركة فيلما سينمائيا . وفى الحالة الثانية يطلق على الصور المتحركة البرنامج التليفزيونى ، ومعظم برامج التليفزيون تكون مسجلة على فيلم سينمائى ويتم ارسالها بواسطة آلة عرض خاصة فى محطات الارسال ، تحول الصورة والصوت إلى نبضات كهربائية تحملها موجات اللاسلكى إلى أجهزة الاستقبال التليفزيونى ، أو تكون مسجلة على شريط مغناطيسى يسمى « فديوتيب » وتستخدم فى محطات الارسال آلة خاصة لقراءة هذا الشريط وتحويل إشاراته الصوتية والمرئية إلى نبضات كهربائية تنقلها الموجات اللاسلكية إلى أجهزة الاستقبال . ومن هذا يتضح التشابه بين العمل السينمائى والعمل التليفزيونى ، ولكنهما يختلفان فى مجموعة من الصفات تميز أسلوب عمل كل منهما ، وهى [1] : –

١ – أن التليفزيون أقدر على نقل الصور المتحركة الناطقة للأحداث لحظة وقوعها إلى الناس فى منازلهم أو مدارسهم أو مقار أعمالهم ، فى حين تتطلب السينما لتصوير الفيلم وتحميض وطبع نسخ منه وإعداده للعرض ثم توزيعه على الجهات المختلفة وقتا أطول .

٢ – يتميز التليفزيون على السينما فى أنه لا يتطلب من الجمهور أدنى درجات الاستعداد لمشاهدة برامجه ، بينما تتطلب السينما استعدادا معينا لمغادرة المنزل ، والتوجه إلى حيث يعرض الفيلم السينمائى . ولهذا فإن الظروف النفسية لمشاهدة التليفزيون تختلف عن الظروف النفسية لمشاهدة السينما ، نظرا لتوافر الجو العائلى ، والاسترخاء العام ... إلخ . فى حالة التليفزيون . أما فى حالة السينما فالظروف

---

(١) فتح الباب عبد الحليم ، إبراهيم حفظ الله . المصدر السابق . ص ٣٨٣ .

تختلف باختلاف مكان المشاهدة والمشتركين فى هذه المشاهدة ، والجو العام الذى يحيط بهم .

٣ – إن التليفزيون يمكن رجال الأعلام من الاتصال بالجماهير فى أماكن متفرقة ومتباعدة فى وقت واحد ، بينما تعجز السينما عن ذلك ، لأن وصولها إلى الجماهير فى أماكن متفرقة ومتباعدة يستلزم ارسال نسخ من الأفلام السينمائية إلى هذه الجهات ، وتقوم هذه الجهات بدورها بتنظيم وقت عرض خاص لها ، كما يستلزم أيضاً تكرار عرضها للوصول إلى نفس العدد من الناس الذين قد يصل إليهم التليفزيون .

٤ – إن مساهمة شاشة السينما تتيح لها فرصة تكبير الأجسام المعروضة عليها ، وقد تفصح الصورة المكبرة عن دقائق وتفاصيل يصعب إدراكها على شاشة التليفزيون الصغيرة ، فالصورة السينمائية بهذا تشمل تفاصيل أكثر وضوحا من الصورة التليفزيونية .

ونتيجة لهذا فإنه يفضل فى برنامج التليفزيون استخدام اللقطات المتوسطة والمكبرة والإقلال من اللقطات العامة ، كما يفضل أن تكون عناصر الصورة قليلة غير معقدة التكوين فى التليفزيون حتى لا تزدحم الشاشة الصغيرة ، ومن ثم يعجز المشاهدون عن متابعة ما يرونه عليها ، أما كبر حجم شاشة السينما فيؤدى إلى إمكانية حشد أعداد كبيرة من الناس فى مكان واحد لرؤية الصورة السينمائية ، بينما يصعب على أكثر من ثلاثين شخصا فى المتوسط الالتفاف حول جهاز تليفزيون واحد لمشاهدة برامجه بوضوح .

٥ – تستطيع السينما استخدام الصور الملونة على شاشتها بتكاليف أرخص من التليفزيون ، لأن ارسال صور تليفزيونية ملونة واستقبالها ملونة أيضاً يتطلب تكاليف كبيرة فى محطات الإرسال ، ويتطلب أجهزة استقبال تليفزيونية ملونة أغلى فى أسعارها من أجهزة الاستقبال العادية بما يعادل ثلاثة أمثال سعرها . ولهذا فإن السينما الملونة سبقت التليفزيون الملون .

وإذا احتوت الصورة على الأشياء بألونها الطبيعية ، أو بما يقرب منها بتعبير أدق كانت أقرب إلى واقع الشئ من الصورة بالأبيض والأسود وأحيانا تكون الصورة الملونة عنصرا رئيسيا فى نقل الرسالة ولاسيما عندما يكون الهدف توضيح أنماط فنية مثل نقش القماش ، أو ألوان الخزف .

أثر التليفزيون على السينما : -

والسينما تعد من أبرز وسائل الإعلام التى تأثرت بوجود التليفزيون ، وقد أكدت الإحصاءات أن رواد السينما قد قلت نسبتهم بعد ظهور التليفزيون وأنه كلما انتشر التليفزيون كلما أدى ذلك إلى إغلاق دور السينما ، كما تدل الإحصاءات على أن رواد السينما فى انخفاض مستمر بلا انقطاع ، ومن أجل هذا حاولت دور السينما إغراء الأفراد بمختلف الحلول لجذبهم إليها ، ولكن هذا لم يفلح فى حل المشكلة ، وكان لابد لهذه الشركات أن تحمى نفسها وذلك بأن تنتج أفلاما خاصة للتليفزيون ، كما قامت بتسهيلات كثيرة لكى توفر لشركات التليفزيون الأفلام السينمائية القديمة التى غطت نفقاتها وربحت منها هذه الشركات أرباحا طائلة فى الماضى . غير أن فريقا من الباحثين يرون أن السينما لن يقضى عليها نهائيا ، لأنها توفر للناس جوا لا يستطيع المنزل أو أى مكان آخر توفيره لهم ، وذلك بصرف النظر عن الأفلام المعروضة ونوعيتها وقيمتها ، كما يرى عدد آخر من الباحثين أن التليفزيون قد يغنى الأفراد عن السينما فى السنين الأولى لاقتنائه فقط ، ثم بعد ذلك يسأم الأفراد منه ، ويضطرون للخروج من المنزل للسينما كالمعتاد . هذه آراء بعض الباحثين ، إلا أن جميع البحوث تكاد تكون مجمعة على أثر التليفزيون الضخم على الصناعة السينمائية المهددة بالزوال [١] .

خامسا : الوسائل الشفوية : -

يعتبر الاتصال المواجهى أو الاتصال وجها لوجه بين المرسل والمستقبل هو

---

(١) حسن سعفان شحاته . المصدر السابق . ص ٦٨ - ٧١ .

الشكل الأول من أشكال الاتصال الإنسانى ، وظل هذا الشكل من أشكال الاتصال أكثر الوسائل المستخدمة شيوعا على مر التاريخ ، بل لقد ظلت هذه هى الوسائل الأساسية لاستمرار الحياة الإنسانية بوجه عام . وقد كان الإعلام بهذه الوسائل ذا فعالية كبيرة لإعطاء التعليمات والحث على العمل ، كما كان أكثر تأثيراً لإحداث التغيير فى المواقف ، وبقيت وسائل الاتصال الشفوى Verbal Communication حتى بعد اختراع الكتابة والمطبعة هى الوسائل التى ظل تفوقها ليس محل شك .

وقد كان يتم تبادل الأخبار بين مختلف البلدان فى بادئ الأمر عن طريق الكلمة المنطوقة ، واستمرت هذه الطريقة مستخدمة حتى القرن الثامن شر ، بل أن الممارسة للسياسة العامة تعتمد إلى اليوم على الكلمة المنطوقة إلى جانب الكلمة المكتوبة [١] .

ولا تزال الوسائل الشفوية حتى الآن تحدث أثرا قد لا تستطيع أجهزة الإعلام الجماهيرية أن تحدثه فى نفوس الجماهير وعقولهم ، ولاسيما فى المناسبات العامة والأحداث الخطيرة التى تمر بها الأوطان . ذلك أن المتحدث فى اجتماع مثلا يستطيع أن يتجاوب باستمرار مع مستمعيه . حينما يستجيبون له ، كما يستطيع أن يؤثر فيهم بصوته ومظهره العام وإشاراته وتلويحاته .

ويضاف إلى ذلك أن المستمعين يؤثر بعضهم فى البعض الآخر بما يصدر عنهم من انفعالات ظاهرة أو إشارات أو تعليقات ، ويسرى هذا التأثير فى جميع صفوفهم بفعل المحاكاة والتقليد والعدوى والمشاركة فيما هو جار .

وسوف نتناول بالدراسة أبرز وسائل الاتصال المواجهية المتداولة بين الجماهير فى مختلف المجالات ومختلف البيئات والعصور وهى :

١ – الاتصال الشخصى : ويتمثل فى الاتصال بين فردين هما مرسل

---

(١) Wells Herman and Willis, Benjamin. op .cit. p.13

الرسالة الإعلامية ومستقبلها فقط . وسوف نعالج الاتصال بهذه الوسيلة أثناء دراستنا للعنصر الخامس من عناصر العملية الإعلامية .

٢ – الاتصال الجمعى : ويتمثل فى الوسائل التالية :

(أ) الخطبة .

(ب) المحاضرة .

(ج) الندوة .

الخطبة : –

والخطبة تعتبر من أقدم وسائل الإعلام فى المجتمعات الإنسانية ، وقد كانت وسيلة الإعلام والإقناع الممتازة فى عصور البداوة الأولى ، وفى هذه البيئات تظهر الموهبة اللسانية ، وقد ظهر هذا واضحا فى تاريخ العرب والرومان . وأن تاريخ الأدب الجاهلى حافل بالأمثلة العديدة على صحة هذا الكلام ، ومن أوضح الأمثلة على ذلك سوق عكاظ بمكة وسوق المربد بالبصرة [١] .

وتتميز الخطبة عن المحاضرة فى أنها تتوجه إلى العواطف فى أغلب الأحيان وتثير الانفعالات فى نفوس الجماهير وتحرك مشاعرهم الحماسية معتمدة على مقدرة الخطيب الكلامية ونبرات صوته . ولهذا فهى أصلح وسيلة لمخاطبة الفئات الشعبية والطوائف التى لم تحصل على نصيب كاف من التعليم ، وفى هذا الصدد يقول كل من « هيرمان ويلز » و « بنيامين ويليز » أنه بالرغم من أن ونستون تشرشل قد وضع الكثير من المؤلفات الجيدة إلا أن الصورة التى تميز بها بين الشعب الانجليزى فى غضون فترة حكمه هى أنه كان خطيبا مفوها [٢] .

ب – المحاضرة : –

أما المحاضرة فتعتمد غالبا على الحجج المنطقية ، والأسانيد القوية

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ١٧ .

(٢) Wells, Herman and Willis Benjamin : op.cit.p.15 .

والإحصاءات الدقيقة . ذلك أنها تتوجه بصفة أساسية إلى العقل لإقناعه والتأثير فيه ، ولهذا فهى أنسب وسيلة لمخاطبة طوائف المتعلمين ، والفئات المثقفة .

والمحاضرة وسيلة لفظية شائعة الاستعمال فى مختلف المجالات الصحية والزراعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية إلى غير ذلك .

ومن شروط نجاح المحاضرة أن يكون القائم بها خبيرا فى موضوعها ، وأن تتوافر لديه خبرة كافية عن الجماهير التى سيتحدث إليها من حيث عددهم ، ونوعهم ، وفئات أعمارهم ، وكذلك ميولهم ومعتقداتهم ، وحاجاتهم وأعمالهم ، وخبراتهم وظروفهم الاقتصادية والثقافية ، وطبيعة البيئة التى يعيشون فيها . حيث أن مثل هذه الخبرة سوف تساعد على اختيار المعلومات أو المفاهيم المناسبة لهم ، ومن المهم أن تكون هذه المعلومات والمفاهيم صحيحة وحديثة وأمينة وكافية ومنظمة ومترابطة ، وتدور حول فكرة أو مفهوم رئيسى يهم أعضاء الجماعة [(١)] .

ومن عوامل نجاح المحاضرة أيضاً أن يشجع المحاضر مستمعيه على السؤال والمناقشة وإبداء الرأى ، وأن يساعدهم على ربط الأفكار الفرعية والتفصيلات ببعضها فى كل موقف ، والمهم أيضاً أن يسير المحاضر فى شرحه ومناقشاته وأسئلته بسرعة تناسب الحاضرين وصوت واضح ومسموع للجميع ، مع مراعاة عدم الإكثار من إشاراته وحركاته أثناء المحاضرة ، وأن تكون الأفكار متماسكة تنتهى بملخص ونتيجة بحيث يخرج المستمعون بفكرة عامة سليمة وواضحة ، وقد يجد رجل الإعلام أن من الأنسب دعوة خبير لإلقاء محاضرة على من يتعامل معهم إذا كان الموضوع فى غير تخصصه . وفى هذه الحالة سيكون رجل الإعلام هو المسئول عن التنظيم للمحاضرة وتحديد الموضوع الذى يهم الجمهور ، واختيار

---

(١) محمد محمد عطية . وسائل الاتصال ومجالاتها واستخدامها . ص ٤٧ ، ٤٨ .

الخبير أو المحاضر ودعوته ، وتحديد موعد المحاضرة ، وتقديم المحاضر ثم تقديم المحاضرة ومعرفة مدى تحقيقها للأهداف التى أعدت من أجلها (١) .

وتتميز الخطبة والمحاضرة بأن الاتصال فيهما يتم غالبا من جانب واحد هو جانب المتحدث فقط ، وأن اختلفتا فى أسلوب التأثير على الجمهور .

ج – الندوة : –

أما الندوة فالاتصال فيها ذو اتجاهين حيث يتم تبادل الرأى ومناقشة مختلف الأمور بين متحدث أو أكثر وبين الجمهور .

والندوة عبارة عن مناقشة متكاملة بين عدد من المتحدثين وبين جمهور معين ، عن جوانب معينة ، من موضوع واحد ، يتم توزيع جوانبه عليهم من قبل حسب تخصصاتهم . وتتميز الندوة بما يلى (٢) : –

١ – التفاعل بين الخبراء والجمهور فى اتجاهين كما ذكرنا .

٢ – يستمع الجمهور لآراء أكثر من خبير ، ويمتاز هذا التفاعل وتنوع الآراء ، وتعدد المتحدثين بأنه يزيد من تشوق وانتباه واهتمام الجمهور بموضوع الندوة وحسن تفهمه لها .

٣ – تمكن الندوة رجل الإعلام من مواجهة مشاكل الجمهور المختلفة من جوانب متعددة عن طريق خبراء فيها .

ولكى يتحقق للندوة إمكانيات النجاح فإنه لابد أن تمر بالمراحل الآتية :

١ – مرحلة الإعداد : Preparation حيث يتم تحديد موضوع للندوة يحقق غرضا واضحا يهم الجمهور ، ويلى ذلك حسن اختيار الخبراء اللازمين لها ، وتحديد جمهور الندوة ، وإعداد المكان المناسب للجمهور وكذلك تحديد الوقت المناسب للندوة ، كما يتم تشكيل لجنة للسكرتارية والنظام ، كما أنه لابد من الإعلان عن الندوة حتى يكون الجمهور على علم مسبق بها .

---

(١) نفس المصدر .

(٢) المصدر السابق ص ٤٦ ، ٤٧ .

٢ – مرحلة التنفيذ Execution : وأنه مع بداية الندوة فى موعدها بدقة فإنه يمهد لها بكلمة مختصرة حيث يقدم الخبراء للجمهور ، ثم يقوم كل منهم بإلقاء كلمة فى مجال تخصصه ، ثم يسمح للجمهور بالاستفسار . وعلى منظم الندوة أن ينهيها فى موعدها المحدد .

٣ – مرحلة التقويم Evaluation : وهى المرحلة التى يتم فيها دراسة مدى نجاح الندوة فى تحقيق الهدف الذى أعدت من أجله ، وذلك عن طريق عمل استفتاء ، وتوزيعه على جمهور الندوة أو مناقشتهم ، أو عن طريق توجيه أسئلة شفوية أو تحريرية إليهم ، أو يطلب منهم كتابة تقرير عن آرائهم ، وعما استفادوه من هذه الوسيلة . وعلى ضوء ما يظهر من هذه الدراسة يتم تقرير ما يجب إجراؤه كأن يكتفى بما تم أو يستكمل بوسيلة أخرى ، أو معالجة الأخطاء ومراعاتها مستقبلا .

والندوات أقرب إلى نفوس المستعمين لتعدد المتحدثين فيها ، الأمر الذى يدفع الملل ويحث على النشاط ، ويبعث فى الاجتماع حرارة وحركة ، كما أن إشراك المستمعين فى المناقشة ، واتخاذ القرارات يشعرهم أنهم أصحاب القضية المعروضة ، ويؤكد اهتمامهم بها ، واقتناعهم بما يسفر عنه الاجتماع من توصيات [١]

العنصر الرابع : لمن To whom مستقبل الرسالة الإعلامية : –

المستقبل هو الشخص أو الجمهور الذى يستقبل الرسالة الإعلامية فى صورة رموز ، ثم يقوم بترجمة هذه الرموز التى وصلته من المرسل ، ويتفهم هذه الرموز ، ويربط بين كل رمز منها ومعناه .

ومستقبل الرسالة هو الهدف الذى يسعى المرسل إلى التأثير فيه وتغيير سلوكه فى النهاية .

والسلوك الاجتماعى مصدره التفاعل بين الفرد والبيئة ، ومن ثم فإن البحث عن

---

(١) أنور أحمد . التوعية الاجتماعية . ص ٦٠ .

مفهوم محدد للشخصية الإنسانية كان دائما من موضوعات الدراسة الأساسية فى علم النفس الاجتماعى . وكان من نتيجة هذا الاهتمام تحديد ماهية الشخصية الإنسانية وتعريف أبعادها وقد تعددت وجهات النظر فى هذا الصدد واختلفت الآراء حولها . ويقصد بالشخصية مجموعة الخصائص التى يتميز بها فرد معين ، والتى تحدد مدى استعداده للتفاعل والسلوك .

« Personality is a discription of those Properties of person that sepcify his potentialities for action » .

وبمعنى آخر فإن تعبير الشخصية يشير إلى كيفية تنظيم الأنماط السلوكية للفرد فى نظام متكامل يميز الإنسان فى تفاعله مع الآخرين وقد اختلفت آراء علماء النفس فى تفسير الشخصية الإنسانية وأسلوب نشأتها وتطورها . ويركز « جوردون ألبورت » على النظر إلى الشخصية الإنسانية باعتبارها نظاما مفتوحا Open system أى متفاعلا ومتصلا مع البيئة المحيطة . ومن هنا تتحدد بعض الأركان الرئيسية المميزة للشخصية الإنسانية فيما يأتى [(١)] : -

١ - التمييز : بمعنى أن الشخصية الإنسانية تختلف من فرد إلى آخر ، فكل فرد ينفرد بخصائص شخصية تخالف تلك السمات التى تميز غيره من الأفراد .

٢ - الحركية : أن الشخصية هى نتاج العلاقة الحركية المستمرة بين الإنسان والبيئة المحيطة به . أى أننا لا نستطيع تصور وجود خصائص شخصية تميز الطفل الوليد حيث ينعدم التفاعل الواعى بينه وبين بيئته ، فالشخصية الإنسانية إذن هى نتيجة للتفاعل الاجتماعى .

٣ - الشمول : فالشخصية الإنسانية تنتظم سمات Traitts وخصائص الفرد جميعا ، وتمثل التنظيم الفريد المتميز لاستعداده للسلوك فى المواقف المختلفة .

وأن خصائص الفرد تعمل على تحديد الأحكام التى يصدرها على العالم

---

(١) على السلمى . العلوم السلوكية فى التطبيق الإدارى . ص ٢٤٣ ، ٢٤٤ .

المحيط به . وتلك الخصائص تمثل جوانب الشخصية الكلية للفرد وتعمل على تحديد طبيعته واتجاهات سلوكه .

ويجمع علماء الاجتماع على أن سلوك الفرد يختلف عن سلوك الجماعة . حيث أن الفرد يسلك داخل الجماعة سلوكا اجتماعيا مخالفا لسلوكه الفردى . أى أن الجماعة إذن لها سلوك اجتماعى تمتاز به ، ويقال إن الفرد يفقد خصائصه العقلية الذاتية حينما يندمج فى الجماعة ويفكر بالعقلية الكلية لهذه الجماعة ، والجماهير لا تجذبها الآراء العقلية أو الفكرة أو المنطق ، وإنما تسحرها الخرافات والخيالات لأنها ذات عقلية أولية ترفض الحقيقة فى عناد مهما كانت فى أبسط أشكالها . ولذلك فإن قدرة الجماهير على الاستنباط محدودة .

والجماهير إذن فى حاجة إلى عرض المسائل بصورة سطحية أولية . فهى تتأثر بواقع الحياة أكثر مما تتأثر بالمنطق وهى منقادة إلى الغرائز أكثر من انقيادها للعقل [(١)] .

ومن هنا فإنه يتحتم على رجال الإعلام أن يضعوا فى اعتبارهم نوعيات الجماهير التى يتوجهون إليها فى كل زمان ومكان حيث تختلف الجماهير من زمان إلى زمان ، ومن مكان إلى مكان . ومن هنا فإن العمل الإعلامى على سبيل المثال يختلف فى الفترة الصباحية عن الفترة المسائية عن فترة الظهيرة ... إلخ . كما أن العمل الإعلامى الموجه إلى الجمهور الأوروبى يختلف عنه لدى جمهور أفريقيا وآسيا ، والعمل الإعلامى الموجه إلى جمهور الحضر يختلف عنه لدى جمهور الريف ، حيث إن كل فترة وكل مجتمع يتميز بنوعيات من الجماهير قد تختلف عن جماهير الفترات والمجتمعات الأخرى .
كما أن كثافة المستمعين فى وقت تناول الإفطار تختلف عن نسبتهم فى وقت الظهيرة أو غيره من الأوقات .

---

(١) حسنين عبد القادر . الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . ص ٣١ .

ومن هنا يتضح أن الأعلام الإذاعى على سبيل المثال يختلف فى قوة تأثيره من فترة إلى أخرى وينطبق هذا الكلام على العمل الإعلامى فى مختلف الأجهزة الإعلامية [١] .

العنصر الخامس : بأى تأثير with which effect أثر العمل الإعلامى فى الرأى العام : -

أن الحديث حول مدى وجود أثر لوسائل الإعلام على الفرد لم يعد موضع جدل أو نقاش ، ولكن الجدل والنقاش يتناول كمية هذا التأثير ونوعه وهل هو تأثير إلى الأحسن أو إلى الأسوأ ، وقد زاد الاهتمام بصورة ملحوظة من أجل تحديد أثر وسائل الإعلام على الناس [٢] .

إن الهدف النهائى لعملية الاتصال هو إحداث الأثر المطلوب فى جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية ، فالاتصال يسعى إلى تحقيق رد فعل أو استجابة Response وهذا هو العنصر الأخير من عناصر العملية الإعلامية كما حددها « هارولد لازويل » بقوله With which effect :

والمرسل يسعى للتأثير على شخص معين أو جماعة معينة من الناس ، وهنا يجب التفرقة بين مختلف المستقبلين للرسائل الإعلامية الذين يهدف القائم بالاتصال إلى الوصول إليهم والتأثير فيهم ، وذلك حتى لا يؤثر فى جمهور غير الجمهور الذى يوجه إليه رسالته .

والتأثير على الآراء لا ينبغى أن يحدث بتغيير الحقائق أو تشويهها وإنما يمكن أن يتم ذلك بتعديل نظرة المستقبل للرسالة الإعلامية بالنسبة لموضوع معين أو حقيقة واقعية ، بحيث تلتقى ووجهة نظر رجل الإعلام ، وبذلك يمكن كسب ثقة الجمهور بعدم تغيير الوقائع من جهة ، واجتذابه نحو وجهة نظر رجل الإعلام من

---

(١) Siller, Bob, White, Ted and Hal, Tarkel. op.cit .p.69

(٢) Wells Hurman and Willis Benjamin op . cit;PP. 7,8 .

جهة أخرى . وليس صحيحا أن الدعاية المنظمة كفيلة بالسيطرة على المستمع وتغيير آرائه حتى ولو كانت قائمة على تغيير الحقائق وإنما الصحيح أن الدعاية أوالإعلام يكون أكثر احتمالا للنجاح إذا أمكن تغيير وجهة نظر المستقبل للرسالة بالنسبة لموضوع معين دون تشويه الحقيقة ذاتها [١] .

وتشير أبحاث الاتصال إلى أن الاتصال الجماهيرى يحتمل بشكل عام أن يدعم الآراء الموجودة بين الجمهور أكثر مما يحتمل أن يغير تلك الآراء ، وحدوث التغيير البسيط فى الاتجاهات يبدو أكثر من احتمال حدوث التحول فى الرأى ولكن ليس معنى هذا أن التحول الكلى لا يحدث ، أو أن وسائل الإعلام لا تعمل فى بعض الأحيان على نشر التغيير على نطاق واسع ، ويرجع السبب فى أن وسائل الإعلام تعمل أكثر كأداة للتدعيم منها كأداة للتغيير إلى الطريقة التى يتم بمقتضاها تحقيق وسائل الإعلام للتأثير ، ذلك أو وسائل الإعلام تحدث أثرها من خلال مؤثرات وسيطة خارجة عن ظروف الاتصال [٢].

ومن بين هذه العوامل الوسيطة :

الاتصال الشخصى : -

يرى « كارتز » و « لازارسفيلد » أن التأثير الشخصى هو أهم طرق التأثير حيث تبين أنه يحدث تأثيرا بعيدا يفوق كل المصادر الأخرى فى اتخاذ الناس لقرارتهم ، ويقول « كارتز ولازارسفيلد » أنه أصبح من الواضح بعد دراسة حملة الانتخابات الأمريكية عام ١٩٤٠ أنه يوجد أشخاص معينون فى كل طبقة اجتماعية يلعبون دورا مكملا للاتصال الجماهيرى .وبسؤال الأفراد الذين غيروا اتجاهاتهم الانتخابية خلال الحملة الانتخابية عن المصدر الذى كان له أثره فى اتخاذ قرارتهم الانتخابية كانت إجابتهم هى « الناس » The people حيث يميل الناس إلى تأييد

---

(١) محمود فهمى . الصوت والصورة . مجلة الفن الإذاعى . يوليو ١٩٦١ ص ٢٩ .

(٢) جيهان رشتى . الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث . ص ٢٥٢ .

المرشح الانتخابى الذى يؤيده زملاؤهم . فالزوجات يؤيدون أزواجهن ، وأعضاء النادى الواحد يؤيدون ما يؤيده بقية أعضاء ناديهم ، ويصوت العمال لصالح زملائهم وهكذا [١] .

ويرجح « أفريت روجرز » أهمية عامل الاتصال الشخصى إلى الأسباب الآتية [٢] : -

١ - إن الاتصال الشخصى يسمح بتبادل للأفكار من ناحيتين ، والشخص الواقع عليه الاتصال قد يحظى من المرسل بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات .

٢ - إن الاتصال الشخصى قد يؤثر على السلوك ، كما أنه ينقل الأفكار حيث يكون للأفراد الذين يتجاوب كل منهم مع الآخر قيم دائمة وإتجاهات متشابهة .

٣ - تمتاز مصادر المعلومات الشخصية بسهولة الاتصال بها . وإمكان تصديق ما تأتى به من معلومات ،حيث أنه عندما يكون المصدر معروفا على نطاق واسع فمن المتوقع أن ينظر إليه باعتباره جديرا بالثقة .

٤ - إن الاتصال الشخصى قد يكون له فعالية أكبر فى مواجهة أية معارضة للفكرة أو عداء لها من جانب الشخص الواقع عليه الاتصال .

٥ - إن المصادر غير الشخصية للمعلومات يمكن أن تكون أكثر قابلية لأن يتجاهلها الإنسان أو يتحاشاها من المصادر الشخصية .

ثانياً : قادة الرأى : -

إن قادة الرأى كما ذكرنا هم أعضاء فى نفس الجماعة الإجتماعية ، والفرق بين القائد والتابع أن القائد أكثر تعرضا لوسائل الاتصال المختلفة ، وقد أثبتت الأبحاث أن الجماهير أكثر تأثرا بقادة الرأى من وسائل الإعلام وقائد الرأى هو الذى يقوم

---

(١) Katz Elihu and Lazarsfeld, Paul : Personal Influence p.p 31-32 .

(٢) افريت روجرز . الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر . ترجمة سامى ناشد . ص ١٣٤ ؛

بدور الوسيط بين أجهزة الاتصال الجماهيرية وبين الناس فى عملية الإعلام على مراحل Multi steps flow of information ذلك أن قادة الرأى بصفة عامة يميلون إلى أن يكون مستواهم التعليمى مرتفعا قليلا عن غيرهم من الناس الذين يستمعون إلى أحاديثهم وآرائهم .

وكذلك يكونون أرفع منزلة من هؤلاء ، وذلك يعطيهم وضعا مميزا أثناء المناقشات التى تجرى داخل جماعاتهم الصغيرة . ويميل قادة الرأى بدورهم إلى الاتصال بالآخرين الذين يكونون أعلى مستوى من غيرهم فى البناء الاجتماعى . وقد يحدث هذا اثرا محافظا Conservative فى الرأى العام إلا أن الدليل على ذلك لم يقطع بصحة الكلام فى هذه النقطة [١]

قادة الرأى ودورهم فى المجتمع : -

لقد أفادت البحوث الإعلامية التى قام بها المهتمون بموضوع الاتصال الشخصى عن اكتشاف التأثير الهام الذى يمارسه قادة الرأى فى المجتمع ، وقد أكدت هذه البحوث الدور الهام الذى يلعبه هؤلاء القادة فى مجتمعاتهم فى كل دراسة قاموا بها .

وقد أشارت البحوث أن قادة الرأى أكثر اهتماما بمتابعة الموضوعات التى تتناولها أجهزة الإعلام من الآخرين الذين يتأثرون بهم Followers ، وقد تأكدت حقيقة أن الاهتمام بوسائل الإعلام وما تعرضه من قضايا وأحداث شرط أساسى لقيادة الرأى ، وليس من الصعب تفسير هذه الحقيقة ، حيث أن قادة الرأى يسعون إلى الحصول على المعلومات التى تجعلهم على اتصال وعلم بمجريات الأمور فى وطنهم . وأن الذين يجهلون مجريات الأمور فى الوطن يميلون إلى قبول وجهات نظر هؤلاء الذين حصلوا على قسط مناسب من المعلومات وتزودوا بالإحصاءات الكافية التى يتوفر فيها عنصر الجدة وإثارة اهتمام الناس .

---

(١) Lane, Robert and Sears, David. Public opinion .p.39 .

وأن هناك تشابها بين قادة الرأى والناس الذين يتأثرون بهم حيث أنهم ينتمون إلى نفس الجماعات الأولية مثل العائلة والأصدقاء وزملاء العمل ، وأن قادة الرأى عادة يكونون أفضل ممثلين لجماعاتهم كما أنهم أكثر كفاءة فى نطاق تخصصاتهم من تابعيهم . وفى هذا يقول « كاتز » و « لازارسفيلد » إن قادة الرأى ليسوا جماعات منعزلة عن مجتمعاتهم ذلك أن قيادة الرأى هى جزء لا يتجزأ من عملية الأخذ والعطاء فى العلاقات الشخصية التى تحدث كل يوم . وقائد الرأى يستطيع أن يعكس تفكير الجماعة التى ينتمى إليها ويمثل مفتاح الاتصال بينها وبين العالم الخارجى .

إلا أن قادة الرأى أكثر ميلا إلى التعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيرى ، ويميلون إلى التعرض إلى الرسائل الإعلامية التى ترتبط ارتباطا وثيقاً بموضوع قيادتهم . ويتأثرون فى قراراتهم بوسائل الاتصال الجماهيرى بطريقة تفوق غير القادة ، ويؤثرون بالتالى على الفئات الأقل نشاطا من الناس .

وإن قادة الرأى يخدمون الناس عادة فى موضوع واحد قد لا يصلحون لغيره من الموضوعات . فقائد الرأى فى مجال الزراعة قد لا يصلح قائدا للرأى فى مجال السياسة والطب ، وقائد الرأى فى مجال الأزياء قد لا يصلح قائدا للرأى فى مجال الشئون العامة وهكذا ... وقادة الرأى لا يؤثرون فقط فى جماعاتهم الأولية ، ولكنهم يتأثرون بهم أيضاً وأن قادة الرأى إذن يمثلون فى كثير من الأحيان دور الوسطاء بين أجهزة الإعلام الجماهيرية وبين الناس وهو ما يسمى بعملية إنتقال الإعلام على مراحل التى ذكرناها من قبل .

ثالثاً : تأثير الجماعة التى ينتمى إليها الفرد : —

يتصل الإنسان ويتفاعل فى مراحل متعددة من حياته بأنواع مختلفة من الجماعات الصغيرة التى تمارس دورا هاما فى تحديد سلوكه وتشكيل أنماط تصرفاته . حيث أن الحياة فى مجتمع تعنى أن يظل الإنسان دائماً تحت ضغط

وتأثير هذا المجتمع الذى يعيش بداخله . وأن الإتجاهات السابقة التى تعكس تقاليد الجماعات التى ينتمى إليها أفراد الجماهير قد تكون شديدة المقاومة للتغيير (١) .

ويتأثر سلوك الإنسان بالجماعة أو الجماعات التى ينتمى إليها كما يؤثر فيها وذلك تبعا لوضعه فيها ، وتبعا للدور أو الأدوار التى يقوم بها فى الجماعة . والجماعات التى ينتمى إليها الفرد متعددة ، والمنبهات والاستجابات داخل الجماعة تختلف باختلاف نوعية الجماعة وأهميتها . أى أن درجات تأثير الجماعة على الفرد تتفاوت باختلاف أنواع هذه الجماعات . ويكمن تأثير الجماعة على سلوك أفرادها فى درجة الانصياع أو الخضوع لمعاييرها والضغوط التى تصدر عنها ، وكلما كان الخضوع أو الانصياع كبيرا كلما أدى ذلك إلى توحيد سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم (٢) .

وأن الفرد يميل إلى أن يعكس تأثير الجماعة التى ينتمى إليها ، والتى يتطلع إليها ، وأن ينظر بمنظارها إلى مختلف الأمور ، ولهذا فإن عددا كبيرا من الأبحاث الحديثة توجه اهتماما خاصا إلى ما يسمى بجماعات التأثير الأولية **Primary group Influence** وهى جماعات من الناس غير محدودة ، كما أنها ليس لها صفة رسمية ، حيث ينتمى إليها الأفراد ويتأثرون بآرائها بطريقة شعورية أو لا شعورية فى نظرتهم للأمور وحكمهم عليها . وإن هذه الجماعات هى التى يقرأ الأفراد أى مادة إعلامية أو يشاهدونها من خلال منظارها الخاص .

ولا تتعامل أجهزة الإعلام مع الجماهير مباشرة ، إذ أن الجماهير تنتمى إلى عائلات وأصدقاء ترتبط بعضها ببعض بعلاقات غير رسمية . وتشير كثير من الدراسات إلى أن الناس ليس من السهل اقناعهم بتغيير آرائهم وسلوكهم ، حيث

---

(١) سعيد المغربى ، كاميليا عبد الفتاح . مذكرات فى علم النفس الاجتماعى . ص ١٣ - ١٦ .
(٢) نفس المصدر .

أن زملاء العمل والأقارب والأصدقاء قد يساعدون أو يعرقلون قبول الأفكار الجديدة ، وكل هذه عمليات تنطوى على علاقات شخصية تقف بين وسيلة الإعلام والفرد الذى يعتبر الهدف النهائى للعمل الإعلامى .

وهكذا تلعب عضوية الفرد فى الجماعة والجماعات المرجعية دورا هاما فى تكوين اتجاهاته ، ويرى كثير من الباحثين أن آثار الجماعة الأولية محور هام لنمو الاتجاه مما ينتج عنه تجانس الاتجاهات داخل الجماعات الأولية ويمكن تفسير ذلك بما يلى [1] : -

١ - إن الجماعة تضغط على الفرد لكى يسايرها مما يؤدى إلى التجانس بين أعضائها .
٢ - إن الأفراد يميلون إلى البحث عن جماعات تسودها اتجاهات تتواكب مع إتجاهاتهم كما يستمع أفرادها إلى محطة الإذاعة التى تدعم إتجاهاتم الدائمة .
٣ - يميل أعضاء الجماعات الأولية إلى التعرض لنفس البيانات والمعلومات لأنهم يشتركون فى نفس الثقافة .
٤ - يتخذ الأعضاء الجدد فى الجماعة اتجاهاتهم كوسيلة للحصول على تقبلها .

رابعاً : العمليات الانتقائية (التعرض الانتقائى . والإدراك الانتقائى . والتذكر الانتقائى) : -

إن الناس يعرضون أنفسهم لوسائل الإعلام كما ذكرنا بشكل انتقائى ويختارون ما يتفق مع اتجاهاتهم السابقة ويتجنبون التعرض للرسائل التى لا تتفق مع وجهات نظرهم . وإذا ما تعرض الناس لوجهات نظر مخالفة فكثيرا ما يدركون معناها بشكل محرف ، ليجعلوها تتفق مع وجهات نظرهم وهذا هو ما يسمى بالإدراك الانتقائى ، كذلك يميل الناس إلى تذكر المواد التى تتفق مع آرائهم أكثر من تذكرهم للمواد المخالفة لها ، وهذا هو التذكر الانتقائى . وسوف نتعرض مرة

---

(١) جابر عبد الحميد جابر . سيكولوجية التعلم . ص ١٥١ .

أخرى لهذه العمليات الانتقائية فى الفصل الخاص بدراسة الرأى العام . حيث يتضح لنا أن الكثير من الناس لا يكون رأيه عن الأشياء كما تحدث فى الواقع ، ولكنهم يرون هذه الأشياء من خلال الصور التى كونوها فى رءوسهم عن هذه الأشياء من قبل .

وأن وظيفة الإعلام هو أن يركز جهوده بأعلى كفاءة ممكنة بهدف نقل المعلومات لإحداث الاستجابة المطلوبة وأنه إذا لم نكن نتوقع استجابة من العمل الإعلامى فلا حاجة بنا إليه ... ولكى نحقق الغاية من الاتصال يجب أن نحصل على الاستجابة المطلوبة فعلا [1] .

ويقول « هيرمان ويلز » و « بنيامين ويليز » فى كتابهما (الاتصال الجماهيرى والتعليم) أنه من المعروف منذ وقت طويل أن الناس يميلون إلى إدراك ما يرغبون فى إدراكه فعلا ، كما أنهم يكونون أكثر اشتياقا إلى الاتصال الذى يعالج الأمور والمواقف التى يتحيزون لها ويدافعون عنها والتى اقتنعوا بها من قبل .

وإن هذا هو أحد الأسباب التى تشير إلى أن التغييرات فى المواقف قليلا ما تحدث نتيجة التعرض للإعلام ، فإن الإعلان عن غسالات كهربائية مثلا لا يمكن أن يقنع الناس الذين لا يريدون شراء هذه الغسالات بشرائها فعلا [2] .

خامساً : انتقال الإعلام على مراحل

Multi stage flow of Information

أكدت نتائج الدراسات المعاصرة فى الاتصال الجماهيرى أن الرسائل الإعلامية الصادرة عن وسائل الاتصال الجماهيرى الحديثة لا تصل إلى أهدافها عن طريق التعرض المباشر لهذه الوسائل ، ولكن هذه الرسائل قد تصل على مرحلتين أو

---

(١) Frochlich John : Information Transmittal and Communication System .p. 445.

(٢) Wells, Herman and Wills, Benjamin. op-cit .p. 52 .

أكثر ، ويتم ذلك عن طريق قيام البعض ممن يتعرضون لوسائل الإعلام بنقل الرسائل الإعلامية التى تعرضوا لها إلى أصدقائهم ومعارفهم وأقاربهم ... إلخ ، وتلعب هذه العملية دورا هاما فى توسيع نطاق التعرض للرسالة الإعلامية وذلك بزيادة معدل الذين يتعرضون لها .

كما أكدت الأبحاث الحديثة للاتصال الجماهيرى أن الناس يميلون إلى إدراك الرسائل الإعلامية التى تأتيهم عن طريق غيرهم من الناس ويتأثرون بهذه الرسائل بطريقة أكثر فعالية مما لو تعرضوا إليها عبر وسائل الاتصال الجماهيرى بصورة مباشرة .

ولهذا يلعب الاتصال المواجهى من شخص إلى آخر دوره فى توصيل المعلومات ونقلها من وسائل الإعلام إلى الآخرين ، وكذلك يقوم هذا الاتصال باحداث أثره فى الإقناع والتأثير ، لأن الإقناع والاتصال عن طريق تبادل الآراء مع الآخرين أكثر فعالية ولاسيما فى المجتمعات الريفية . أى أن تصوير الجمهور على أنه جمهرة من الأفراد لا ترتبط بعضها ببعض بل ترتبط بوسائل الإعلام مباشرة لا يتفق مع فكرة الإعلام على مرحلتين أو على مراحل لأن هناك شبكة متصلة من الأفراد تنتقل من خلالها الرسائل الإعلامية .

الإعلام وأساليب الاتصال الأخرى

إن الحياة لا يمكن أن تستقيم كما أشرنا إلى ذلك بدون اتصال الناس بعضهم ببعض ، ويندمج الإنسان فى عملية الاتصال منذ ميلاده ،ولا يستسيغ الحياة دون أن يتصل بمن حوله . ويختلف مجتمع الإنسان عن مجتمع الحيوان فى وفرة ما لديه من وسائل الاتصال وعمق خبرته بها . وقد أوضح « جون ديوى » أن أهمية الاتصال لحياة الجماعة ترجع إلى ثلاثة أسباب رئيسية هى [1] : –

١ – إن وجود المجتمع ، ومن ثم إستمراره يتوقف على نقل عادات العمل والشعور من الكبار إلى الناشئين . ولايمكن للحياة الاجتماعية أن تدوم بغير هذا النقل الشامل للمثل العليا والآمال والقيم ،والآراء بين الأفراد الراحلين عن حياة الجماعة إلى أولئك الوافدين إليها .

٢ – إن دوام المجتمع يتم بنقل وإتصال الأفراد ، وهما أساس وجود هذا المجتمع ، فالناس يعيشون فى جماعة بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وعقائد وأمانى ومعلومات ... إلخ . والاتصال هو الوسيلة لاكسابهم إياها .

٣ – إن الحياة الاجتماعية وإتصال الأفراد صنوان ، يترتب عن طريقهما الناس بتغير خبرات الأفراد المشتركة فى عملية الاتصال ، ويرجع ذلك للخبرة التى يود كل طرف منهم أن يشرك زميله فيها من زاوية جديدة وبذلك تتسع خبرة كل منهم .

وهكذا يتضح أن الإتصال عنصر لازم للحياة الاجتماعية . وتتعدد أشكال الاتصال فتشمل عدة أساليب سنقتصر فى دراستنا على أربعة منها هى :

١ – الدعاية .

٢ – الاعلان .

٣ – العلاقات العامة .

٤ – التربية والتعليم .

---

(١) فتح الباب عبد الحليم ، إبراهيم حفظ الله . المصدر السابق . ص ٨ .

وسوف نتناول كل واحد منها بشيء من التفصيل مع توضيح علاقته بالإعلام .

أولا الإعلام والدعاية : -

إن كلمة الدعاية Propaganda يعود أصلها التاريخى إلى العصور الوسطى وعلى وجه التحديد إلى عام ١٦٣٣ عندما أنشأ أحد البابوات إدارة تحمل اسم Congeregation of propaganda وكانت تضم كبار الأساقفة وتتولى هذه الإدارة تنظيم وتخطيط المهام الخارجية للكنيسة الكاثوليكية .
ومنذ ذلك الوقت ارتبط مفهوم الدعاية بالدعوة . على أن هذا لم يعد يعبر عن المفهوم الحقيقى لهذا الاصطلاح . فالدعوة تعنى الاعلان عن عقيدة .
كما أن الدعوة خطاب للعقل يقوم على أساس تقديم الحقيقة . وتقوم على الصراحة وترفض الكذب والتلاعب منطقها المناقشة التى قد تؤدى إلى الاقتناع ، حيث تقرع الحجة بالحجة بحرية كاملة دون خلق أى غشاوة فى عناصر التجاوب المنطقى . أما الدعاية فإنها تختلف كل الاختلاف عن الدعوة برغم أنها كثيرا ما تختلط بها مما يعكس بالتالى خلطا فى المفاهيم ، فإنها فن يستند إلى إثارة العواطف ، وخلق حالة من حالات التوتر الفكرى التى تؤدى إلى تشوييه التتابع المنطقى (للذات الفردية) ،وبالتالى للوصول إلى موقف ما كان من الممكن أن يصل إليه الفرد بمنطقه العادى .

فالدعوة إذن تساعد على الكشف عن الحقيقة ، أما الدعاية فإنها تقود إلى تشويه الحقيقة بأسلوب أو بآخر [١] .

ومن هنا نستطيع القول أن الدعوة عمل إعلامى يخاطب العقل ويستند إلى المنطق بعكس الدعاية التى تخاطب العواطف وتستند إلى الخيال . وكلمة الدعاية

---

(١) حامد عبد الله ربيع . فلسفة الدعاية الإسرائيلية . ص ٣٨ .

يراد بها فى المجمع اللغوى نشر الدعوة إلى شئ . وأصلها دعاوة ودعا إلى الشئ ، ودعوى ، ودعاية ، وهى فى مجملها تعنى الترغيب فى الشئ . ويرجع أصل المصطلح الانجليزى Propaganda إلى اللاتينية من الفعل Propagare ويراد به تكثير الأشجار والمزروعات ونشرها [١].

وقد أصبحت الدعاية الآن علما من العلوم الحديثة ، له أصوله وأسسه وفنونه ، كما أصبحت لها قوتها الهائلة فى التأثير على الأفراد والجماعات ، وشكل من أشكال الضغط الاجتماعى تستخدمه الدول على اختلاف مذاهبها .

ففى الاتحاد السوفيتى لعبت الدعاية السوفيتية دورا بارزا فى تأسيس المجتمع الشيوعى ، وفى هذا يقول فردريك بارغرون Fredrik Baghroon إن الكلمات والصور تلعب دورا أكثر دواما وأكثر حيوية من الدور الذى يلعبه الرصاص والروبلات فى نضال موسكو لتقويض النظام الاجتماعى القائم على الرأسمالية ، ولإعادة بناء المجتمع على الأسس الماركسية اللينينية . ويعلم الشيوعيون أن واجبهم الرئيسى هو أن يحملوا على عاتقهم تنفيذ وصية لينين وهى أن نجاح الحركات الاجتماعية يعتمد إلى حد كبير على حسن استخدام استراتيجية الدعاية والإقناع . وتهتم الدعاية السوفيتية بالخطابات الهامة التى ألقاها « لينين » ، و« ستالين » و« خروشوف » و« بريجنيف » ويعتبر الحزب الشيوعى أن عملية الإثارة Agitation إحدى المهام الرئيسية للحزب ، كما يعتبر مثل هذا العمل « الايديولوجى » أحد الوظائف الرئيسية للمنظمات الفرعية التى تتولى عملية الاتصال بالجماهير مثل جماعة الشيوعيين الشبان ، واتحادات التجارة السوفيتية ، وغيرها من المنظمات الأخرى . وفى خطبة ألقاها أحد كبار قادة الاتحاد السوفيتى فى مؤتمر عقد بموسكو فى سبتمبر من عام ١٩٦٠ قال فيها : إن نجاح الشيوعية وبقاءها يعتمد إلى حد كبير على نشاط ومهارة الدعاة الشيوعيين الناجحين . وأنه على النقيض من استخدام

---

(١) فيصل حسن على بركات . دور الإعلام فى الدول النامية . ص ٩

الدول الغربية لكلمة propaganda فإن الكتاب السوفييت يميلون إلى استخدام هذه الكلمة فى أسمى معانيها ، حيث إنها تكاد تكون مرادفة لكلمة التعليم [١] .

وتستخدم الدول الغربية أيضاً الدعاية فى مجال الحياة السياسية بشكل واسع خصوصا بعد أن رسخت أقدام النظم الديمقراطية بها . تلك النظم التى تعتمد على الرأى العام . ومما هو جدير بالذكر أن الدعاية تحدث آثارا بالغة فى الرأى العام .

تعريف الدعاية : -

إن التعريف الواسع للدعاية كما يقول « لندلى فريزر » هى :
« إنها نشاط أو فن يستهدف إستمالة الناس ليتصرفوا بطريقة ما كانوا سيتصرفون بها فى غياب الدعاية . والدعاية وإن كان المقصود بها هو العمل فى المجال السياسى العالمى إلا أنها قد تكون دعاية دينية كالتى تمارسها الأرساليات الدينية ، وقد تكون اقتصادية كالذى نراه فى شكل إعلانات وقد تكون سياسية محلية أيضاً مثل الدعاية التى تمارسها الأحزاب السياسية ومختلف جماعات الضغط الأخرى . والدعاية تستميل السلوك الإرادى بوسائل الترغيب ،أى أن محاولات التأثير بوسائل العنف أو الإكراه لا تدخل فى المعنى المقصود بهذه الكلمة [٢].

وعرف « والتر ليبان » Walter Lippan الدعاية بأنها « محاولة التأثير فى عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها . وذلك فى مجتمع معين وزمان معين » [٣] .

والدعاية بهذا تعتبر نوعا من الاستهواء الذى يؤثر فى الأطفال والجماعات

---

(١) - Barghroom, Fridirek. Soviet Foreign Propaganda. p.p 3-10

(٢) - Fraser, Lindley. Prapaganda. pp. 1-2

(٣) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ٣٣ .

البدائية وصغار السن والفئات التى لم تنل حظها من الثقافة والتعليم فى المجتمع . وتهدف الدعاية بهذا إلى حمل الأفراد على اعتناق فكرة من الأفكار لهم الخيار فى اعتناقها أو عدم اعتناقها . وحملهم على القيام بعمل من الأعمال هم أحرار فى القيام به . والدعاية بهذا المعنى تهدف أيضاً إلى ضم الأفراد إلى قضية ليست من الوضوح بحيث تفرض نفسها عليهم بدون دعاية (١) .

وقد اكتسبت كلمة الدعاية سمعة غير طيبة وذلك بعد أن أساء هتلر وجوبلز استخدامها وذلك بالرغم من أنها مشتقة من معنى لغوى محترم . وأصبحت تعنى التأثير فى الآراء لأهداف غير واضحة وقد عرفها « دوب » أيضا بأنها « محاولة منظمة يبذلها فرد ومجموعة أفراد لهم مصلحة معينة ، عن طريق التحكم فى اتجاهات الأفراد والجماعات وذلك باستخدام الإيحاء بهدف التحكم فى أفعالهم » (٢) .

والدعاية لا تلتزم الجانب المحايد دائما ، لأن الداعية يلجأ إلى الطرق التى يعتقد أنها أكثر فعالية فى تحقيق الأثر المطلوب على سلوك الهدف . وقد تكون هذه الطرق فى حد ذاتها خيرة .. وقد تكون شريرة .. وكذلك فإن الأهداف التى يأمل الداعية تحقيقها قد تكون هى الأخرى شريرة وقد تكون خيرة (٣) .

الفرق بين الإعلام والدعاية : —

وتختلف الدعاية عن الإعلام فى عدة نواح نجملها فيما يلى : —

١ — أن الإعلام يقدم حقائق مجردة بعضها سار وبعضها غير سار . ورجل الإعلام ليس له غرض معين فيما ينشره على الناس ، اللهم إلا الإعلام فى ذاته ، بينما تهدف الدعاية إلى غاية معينة ، إلا أن هذا لا يمنع الداعية من استخدام

---

(١) المصدر السابق . ص ٣٣ — ٣٥ .

(٢) Klinoberg, otto. Social Psychology. p. 501

(٣) Fraser, Lindley. op. cit. P. 11,12 .

حقيقة ما مجردة ويستغلها فى تأييد وجهة نظره . ولا يصح القول هنا أن الداعية ينشر الآراء والأفكار فقط بينما يعمل رجل الإعلام فى نطاق الحقائق والمعلومات فحسب ، فإن أحسن قضية يتولاها الداعية هى التى يقدم لها بحقيقة لا تقبل الجدل والمناقشة ، وتاريخ يستعيد فيه حادثة معينة من النوع الذى له تأثير على العقول ولا تستطيع تجاهلها ، وإحصائية يؤكد بها وجهة نظره . ورجل الإعلام قد يحمل إلينا أفكارا ، إلا أنه يظل موضوعيا تماما فى نقل هذه الأفكار [١] .

٢ – تختلف الدعاية عن الإعلام فى أن مصدر المعلومات فى الدعاية يكون غير معروف أما فى الإعلام فإن مصدر المعلومات يجب أن يكون معروفا دائما .

٣ – يحاول الإعلام توسيع المشاركة الجماهيرية بهدف التوصل إلى إشراك الجهور فى وضع القرار ، أما الدعاية فإن هدفها هو إضعاف روح المشاركة وبالتالى عرقلة روح التعاون وإقامة الحواجز بين الجمهور والحكام كما تعمل على إشاعة روح اليأس والسلبية .

٤ – ينهج العاملون بالدعاية أساليب قد لا تتفق مع الأخلاق والمثل العليا ، كالكذب والتمويه أو المبالغة أو الاختلاق أو الشائعات المغرضة للوصول إلى أهدافهم والتأثير فى الجماهير بأفكار وآراء معينة لتسلك سلوكا معينا بعكس الإعلاميين فإنهم يتحرون الصدق والأمانة ، وينهجون أسلوبا أخلاقيا [٢] .

٥ – يعمل الإعلام على تقديم مختلف وجهات النظر مهما اختلفت أشكالها بهدف تمكين الجمهور من إصدار حكمه على الأشياء ، أما الدعاية فإنها تعرض وجهات النظر التى تتفق مع أغراضها فقط بهدف الاستحواذ على عقول الناس ونفوسهم .

٦ – تعتمد الدعاية فى عملها على التعبيرات البراقة والصيغ المحفوظة ولهذا

---

(١) حسنين عبد القادر . المصدر السابق . ص ١٢٨ .

(٢) حسن محمد حسن خير الدين . المصدر السابق . ص ٢٨ .

فإنها تعتبر عملا سريعا ، لأنه ليس لديها الوقت الكافى فى شرح الحقائق ، أما الإعلام فإنه يعتمد على الحقائق المستندة على الأرقام والإحصاءات ، وقلما تخطىء « لغة الأقلام » فى حين أن الدعاية قد تلجأ إلى تشويه الحقائق .

٧ – تعتمد الدعاية على الإيحاء والتقليد ، وتستغل فى ذلك سلبية الفرد ، ولا تدع له فرصة للتفكير الهادىء المتعمق ، ولكنها تعمد إلى تضييق منطقة التردد لدى الأفراد والجماعات قدر الإمكان ، مستغلة فى ذلك جهل الجمهور بالحقائق ، وبالتالى تشويه أفكاره ومعلوماته .

٨ – أن الدعاية لا يهمها إلا تحقيق غايات معينة مع التضحية بكل شىء ، فى سبيل تحقيق هذه الغايات ، فهى لا تعنى بإيقاظ الجماهير كما هو الحال فى الإعلام ، بل على العكس من ذلك تعمل على تخديرهم وشل قوة التفكير فيهم ، وإيقاظ غرائزهم والعبث بها عن طريق القصص الخرافية والصور العارية والأكاذيب المكررة . ويعتبر صيف عام ١٩٤٠ هو الحد الفاصل بين فن الدعاية بمفهومه الانفعالى التسترى القديم وفن الإعلام بمفهومه الفكرى الصريح الحديث . ففى أشهر مايو ويونيو ويولية من تلك السنة استطاع القادة وخاصة « تشرشل » أن ينبهوا الجماهير إلى الأخطار المحدقة بهم ، ويوضحوا لهم الموقف على حقيقته ويبينوا لهم بوضوح طريق النجاة ، مع مناشدة الأفراد والجماعات أن يؤدوا واجباتهم ، وقد فعل تشرشل ذلك بعد تسليم هولندا فى غضون الإعداد لمعركة انجلترا ، ثم فى خطته المشهورة بعد « دنكرك » التى أوضح فيها للشعب الانجليزى بكل صراحة خطورة الموقف (١) .

ثانياً : الإعلام والإعلان : –

الإعلان هو نشر المعلومات عن السلع والخدمات أو الأفكار فى وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها أو المساعدة فى بيعها أو تقبلها أو الترويج لها نظير دفع

---

(١) إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . المصدر السابق . ص ١٩٠ .

مقابل . وحيث إن المعلن يدفع ثمن النشر فإنه يتحكم فى رسالته الإعلانية وفى طريقة نشرها ، والمكان الذى تشغله والوقت الذى تظهر فيه . وينظر بعض الكتاب إلى الإعلان على أنه أحد وسائل الدعاية التجارية لتسويق السلع والمنتجات . ونقطة الخلاف بين الدعاية والإعلان هى أن مصدر المعلومات فى كثير من الأحيان يكون غير معروف فى حالة الدعاية [١] .

ولاشك أن الترويج للسلع أيسر من الترويج للمبادىء والمعتقدات ، لأن الحاجة المادية وهى الرغبة فى الغذاء والكساء وغيرها من الرغبات موجودة أصلا ، وكل ما يقوم به الإعلان هو التوجيه ولفت النظر ، فالإعلان وسيلة من وسائل رفع المبيعات والإعلان عن السلعة نفسها . وينقسم الإعلان إلى نوعين [٢] : —

١ — نوع تجارى يهدف إلى رفع المبيعات وترويج السلع والخدمات .

٢ — نوع إعلامى يرمى إلى تعريف الجماهير بسياسة الجهة التى يخدمها ، وأوجه نشاطها فى مختلف المجالات القومية والسياسية والاجتماعية . والقصد من هذا الإعلان هو إحداث تأثير طيب فى نفوس القراء أو المستمعين أو المشاهدين .

ووجه الخطورة فى الإعلان هو قيامه بالتأثير فى حرية النشر والإعلام ، والضغط على المسئولين فى أجهزة الإعلام المختلفة بهدف المحافظة على سمعة المعلن مهما تعارض ذلك مع الصالح العام .

ويتوجه الإعلان عادة إلى الغرائز والانفعالات ، ويندر أن يتوجه إلى فكر الإنسان وعقله ، فالإعلانات الطبية — على سبيل المثال — تؤثر على غريزة الخوف فتنشر صورة امرأة يسقط شعرها ويكتب تحت الإعلان « إذا لم تستعملى دهان كذا فإنك سوف تصابين بكذا ... » . وكثيرا ما تتوجه الإعلانات إلى الغرائز

---

(١) حسن محمد خير الدين . المصدر السابق . ص ٢٧ .

(٢) إبراهيم إمام . المصدر السابق . ص ٢٢٣ .

الجنسية فتربط السلع بصورة النساء العاريات حتى لو كانت السلع ليس لها صلة بذلك كالمياة الغازية وشفرات الحلاقة .. إلخ [١] .

وقد اختلفت الآراء والاجتهادات حول مدى أهمية الإعلان والدور الذى يؤديه فى المجتمع ، وذهب البعض إلى أن الإعلان إسراف لا مبرر له ، واستندوا فى ذلك إلى الأسباب الآتية : –

١ – إنه يفسد ذوق الشعب بما يستخدمه من وسائل الإثارة المختلفة سواء فى مضمونه أم فى شكله كالألوان الصارخة .

٢ – إنه يستخدم أساليب غير أخلاقية فى كثير من الأحيان باستغلاله الغريزة الجننسية أسوأ استغلال ، وفى هذا إفساد للشباب والفتيات فى المجتمع .

٣ – إن الأموال التى تصرف على الإعلان يمكن استغلالها فى مشروعات هامة أنفع وأجدى من بعثرتها فيما لا طائل وراءه ، مثل خفض أسعار السلع أو رفع أجور العاملين .

٤ – إن الإعلان رغم أنه يمثل جزءا هاما من دخل أجهزة الإعلام إلا أنه يؤثر فى سياستها واتجاهاتها ، هذا إلى جانب أنه يشغل وقتا فى الإذاعة والتليفزيون ومساحة فى الصحف كان يمكن شغلها بمادة إعلامية مفيدة للجمهور .

ولكن البعض الآخر يعتبر أن هذا تجن على الإعلان ، وعدم فهم واستيعاب للدور الهام الذى يلعبه الإعلان فى المجتمع ، ويردون على ذلك بالأسانيد الآتية : –

١ – إن الإعلان أداة هامة لزيادة إنتاج وبيع وتوزيع السلع ، لن يستطيع الجمهور معرفة السلع بدونه . وبالتالى فهو ليس ضياعا للأموال بلا مبرر .

٢ – إن الإعلان يقوم بتوضيح وظيفة الهيئات والمؤسسات فى المجتمع حتى يكون الناس على علم ودراية بمجتمعهم ، أى أن الإعلان يلعب دورا هاما فى المجال السياسى والاجتماعى ، ولا يقتصر على الدور الذى يلعبه فى المجال التجارى .

---

(١) إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير . ص ١٨ .

٣ – إنه ليست القاعدة فى الإعلانات إفساد الذوق عن طريق الألوان الصاخبة والإثارة ، فهناك اعلانات تمتاز بالجمال والذوق الرفيع وليست كل الإعلانات تهبط إلى مستوى الغرائز وتثيرها فى الشباب والفتيات .

وعلى أية حال فالإعلان قوة اقتصادية هامة فى المجتمع لا يمكن أن يعيش بدونه فى العصر الحديث الذى أصبح سمة من سماته ، كما أنه لا تستغنى عنه أية دولة من الدول مهما اختلف مذاهبها ، ولكن الإعلان فى الدول الإشتراكية يتسم فى أغلب الأحيان بالتوجيه من قبل الدولة ، بعكس الإعلان فى الدول الغربية الرأسمالية والتى ينعكس مذهبها على الإعلان فيها .

ثالثاً : الإعلام والعلاقات العامة : –

تعددت التعريفات وتنوعت حول مفهوم العلاقات العامة ، إلا أنه رغم الاختلافات بين التعريفات التى تعرضت للعلاقات العامة فإن جميع هذه التعريفات تتفق فى أن الهدف الذى تسعى إليه العلاقات العامة هو التأثير فى الجمهور وكسب تعاونه بكافة الوسائل الممكنة لتحقيق الصالح العام داخل المنشأة وخارجها ، ولكن الصالح العام لن يتحقق إلا إذا كان الجمهور على علم بكافة الحقائق والمعلومات حتى يستطيع أن يستوعب مفهوم الصالح العام .

وإن أفضل التعريفات التى نراها مناسبة لمفهوم العلاقات العامة هو التعريف الذى أعده معهد العلاقات العامة البريطانى وكان هذا المعهد قد شكل لجنة لتقوم بوضع تعريف محدد للعلاقات العامة فى عام ١٩٤٨ ، واتفقت اللجنة على التعريف التالى الذى أصبح فيما بعد التعريف الرسمى للمعهد ، وهو : « أن العلاقات العامة هى الجهود الإرادية المرسومة المستمرة التى تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها » . (١) .

Deliberate planned and sustained efforts to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public

---

(١) حسن محمد خير الدين . المصدر السابق . ص ٢٢ .

والعلاقات العامة إذن هى فن الاتصال بالجماهير التى تتعامل معها المؤسسات العامة فى المجتمع سواء أكانت هذه المؤسسات أو المنشآت أهلية أم حكومية . والهدف منها إذن هو رعاية الروابط الإنسانية السليمة فى المجتمع وكسب ود الجماهير وضمان التفاهم بين هذه المؤسسات على اختلافها وبين جماهيرها .

ويتضح لنا من هذا أن العلاقات العامة اتصال ذو اتجاهين ينتج عنه تفاعل متبادل بين أصحاب المصالح المشتركة عن طريق بناء صورة محببة للجمهور عن منشآتهم عن طريق الأعمال الصادقة التى تقوم بها .

ولكن بعض الجهات قد أساءت إلى معنى العلاقات العامة فأصبحت تطلق اللفظ على أنواع من النشاط المريب والمشكوك فيه .

وقد حدد « ايفى لى » وهو المنشيء الحقيقى للعلاقات العامة فى مطلع القرن العشرين مهمة العلاقات العامة فى العبارات الآتية [١] : —

« إن العلاقات العامة مسئولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ، ثم إعلام الجمهور بذلك ، ولابد أن يكون القول مدعما بالعمل ، فلابد من الإصلاح أولا ، ثم اخبار الناس بما يحدث فعلا بكل أمانة وصراحة » ..

وقد أوضح « ايفى لى » Ivy Leeأن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة فهى تبدأ بدراسة إتجاهات الرأى العام ، وتقديم النصح للجهة بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة ، ثم تأتى المهمة الثانية وهى إعلام الناس بما تقوم به الجهة التى تخدمها العلاقات العامة من أعمال تهم الناس وتخدم مصالحهم .. أى أن العلاقات العامة أصبحت علما حديثا يعتمد على الدراسات

---

(١) إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ط ٢ ، ص ٧٧ .

النفسية والإجتماعية وعلى الإحصاءات الدقيقة . وذهبت الأيام التى كانت فيها العلاقات العامة مجرد دعايات كاذبة ، ولكنها أصبحت وظيفة أساسية فى المجتمع تضع المصلحة العامة دائما فى المقدمة .

وقد اهتمت الحكومات الحديثة بتدعيم إدارات العلاقات العامة وذلك لتحقيق التعاون المثمر بينها وبين جمهور المواطنين ، ذلك لأن الإدارة الحكومية لا يمكن أن تنجح بسطوة القانون وحده ، ولا يمكن أن تلقى أجهزتها التأييد والمساندة إلا إذا أدركت الجماهير الدور الذى تقوم به الأجهزة الحكومية فى مختلف مجالات النشاط العام . وفى هذا يقول « هارولد لاسكى » أن الحكومة هى وكيل الدولة ، إذ أنها تقوم بتنفيذ أغراضها وهى ليست فى حد ذاتها السلطة الإلزامية العليا ولكنها تعتبر ببساطة الجهاز الإدارى الذى يقوم بتنفيذ أغراض الدولة . وعلى العلاقات العامة يقع العبء الأكبر فى تحقيق هذا الهدف [١].

وقد اهتمت الحكومة فى مصر بهذه القضية حين انشأت وزارة للارشاد القومى عام ١٩٥٢ بهدف إقامة علاقات طيبة قائمة على أساس من الثقة بين الشعب والحكومة الجديدة ، ثم قامت هذه الوزارة بإنشاء مكاتب للشئون العامة فى كل وزارة من وزارات الحكومة لتكون حلقة اتصال بين كبار المسئولين فى الوزارة وبين الجمهور الذى تتفاعل معه سواء داخل الوزارة أو خارجها . ويناط بهذه المكاتب التى تسمى فيما بعد إدارات العلاقات العامة المهام الآتية : —

١ — تبصير الجمهور بسياسة الوزارة عن طريق شرح وتفسير القرارات والقوانين وإعلام الجمهور كذلك بنشاط الوزارة فى مختلف المجالات .

٢ — الاهتمام باتجاهات الرأى العام وذلك بدراسة الرأى العام الداخلى والخارجى فى كل وزارة ، والتعرف على شكاوى المواطنين وحلها وخلق حلقات اتصال دائمة بين الجماهير والمسئولين .

---

(١) محمد طلعت عيسى . العلاقات العامة والإعلام . ط ٣ . ص ١٧٩ .

رابعاً : الإعلام والتعليم [١] : -

أن الهدف الأول للتعليم هو نقل تراث الأمة الإجتماعى من جيل إلى جيل . وهذا التراث الاجتماعى فى حد ذاته ليس موضع خلاف بين المعلمين فى أغلب الأحيان ، ويهدف التعليم بعد ذلك إلى تكوين شخصية المواطن عن طريق توسيع مدارك الفرد وتربية الاستقلال بالرأى فيه .

ويتفق الإعلام والتعليم فى أن كلا منهما يهدف إلى تغيير سلوك الفرد ، فبينما يهدف التعليم إلى تغيير سلوك التلاميذ نجد الإعلام يهدف إلى تغيير سلوك الجماهير . فالتلميذ الذى ينطق بكلمة جديدة لم يتعودها من قبل قد تعلم شيئا فسلك أنواعا من السلوك اللغوى غير سلوكه الأول الذى اعتاده ، ورئيس الدولة الذى يقوم بزيارة مصر لأول مرة تتعدل معلوماته عنها بعد الزيارة وقيامه بالتعرف على أوجه النشاط السياسى والاجتماعى والاقتصادى بها فيتغير بذلك سلوكه تجاهها .

وهكذا يتفق التعليم مع الإعلام من حيث الهدف ، فالتغيير فى السلوك فى كليهما طريق إلى تكييف الحياة ليعيش المتعلم عيشة أفضل ، ويستمتع الإنسان فى المجتمع بحياة أرغد . ولذلك فالإعلام والتعليم يقومان بالتقريب بين مختلف أفراد الشعب . وقد كانت أجهزة الإعلام قديما وحديثا هى المدرسة التى تواصل عمل المدرسة التقليدية فتقوم بتقريب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل من سلوكهم كبارا أو صغارا فيتفاهمون تفاهما أحسن ويعيشون عيشة أفضل .

وإن التعليم والإعلام أصلا عملية تفاهم ، وعملية التفاهم هى العملية الاجتماعية الواسعة التى تبنى عليها المجتمعات إذ لا يمكن أن يعيش فرد معزولا بعمله وحده دون أن يتفاهم مع من معه بشأن هذا العمل ويتعاطف معه فيه .

---

(١) فتح الباب عبد الحليم . إبراهيم حفظ الله . المصدر السابق . ص ٣٣ – ٤٥ .

والإعلام بأشكاله المختلفة فى إدارات الإعلام ومكاتبها عملية تفاهم أيضاً تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتعاطفهم فى الآراء .

ويتميز جمهور التعليم عن جمهور الإعلام بالتجانس ، فالتلاميذ فى مختلف مراحل التعليم متجانسون ، من حيث التحصيل والخبرات السابقة والسن والزمن ، أما جمهور الإعلام فهو الشعب كله أو قطاع منه .

كما يتميز جمهور عملية التعليم عن جمهور عملية الإعلام فى أن الأول مقيد فى حين أن الثانى طليق ، فليس التلاميذ أو الطلاب فى أى مرحلة تعليمية أحرارا فى اختيار المادة التى يدرسونها ، أما جمهور الإعلام فحر طليق ليس هناك من يفرض عليه الاستماع إلى برنامج معين فى الراديو أو مشاهدة مادة إعلامية فى التليفزيون .

ويتميز التعليم عن الإعلام بصفة المحاسبة على النتائج ، فالطالب مسئول أمام نفسه وأمام أستاذه وأسرته عن نجاحه فى دراسته ، أما فى حالة الإعلام فليس منا إلا نادرا من هو مسئول عن متابعة برنامج أو قراءة مجلة أو استيعابه لمحتوياتها .

ويتميز التعليم عن الإعلام أيضاً من حيث الدافع إليه ، فالدافع إلى التعليم واضح للمتعلم وضوحا منطقيا فى كثير من الأحيان ، فالمتعلم مدفوع بحب النجاح أو البحث أو الخوف من الاخفاق ، ويوفر هذا الدافع على المعلم جهداً كبيراً فى عملية التعليم ، بينما نجد الدافع إلى الإعلام غير واضح الوضوح الفكرى المنطقى الملازم للتعليم .

كذلك يتميز التعليم عن الإعلام فى وجود صلة مباشرة متبادلة بين المتعلم والمعلم حتى وإن اعتمد المعلم على طريقة الإلقاء دون المناقشة ، فالمواجهة الشخصية موجودة والأسئلة ممكنة ولو حتى بعد إنتهاء المحاضرة وهذا يكمل حلقة العملية التعليمية بما يسمى « رجع الصدى » Feed back فيقف المعلم على نتيجة عمله بشئ من الوضوح وبذلك يستطيع كل من التلميذ والمعلم التعديل والنظر

فى كيفية زيادة الانتفاع ، وبذلك يتميز التعليم بمراعاته للفروق الفردية بين التلاميذ حيث لا توجد هذه الصلة المباشرة فى مجال الإعلام وذلك باستثناء الاتصال المواجهى المباشر .

صعوبة التفرقة بين مختلف أساليب الاتصال [(١)] : –

وقد أصبح من الصعوبة وضع حدود واضحة تميز مختلف أساليب الاتصال نظرا للتداخل بين منهج عمل كل منها . أى أن الفروق بين هذه الأساليب ليست فروقا عملية واضحة ، ولكنها فروق فلسفية فى أغلب الأحيان ، فإذا قيل إن الإعلام عقلى فى منهجه ، والدعاية انفعالية فى أسلوبها ، نجد الداعية يستخدم أحيانا أسلوب الفكر المنطقى ، كما أن كثيرا من الأخبار والمعلومات التى تعتبر عناصر إعلامية يعزوها التفكير العقلى والتلسلسل المنطقى ، ويطغى عليها أحيانا أسلوب التهويل والضخامة المفتعلة . والدعاية ليست شيئا بغيضا كما يعتقد البعض ، فالدعاية قد تستخدم لأغراض نبيلة وخاصة فى المجتمعات النامية لمكافحة الأمراض والآفات ومحاربة العادات السيئة ، والإعلان كثيرا ما يحتوى على عناصر إعلامية يقدمها البائع للمشترى ، كما قد يستخدمها للتعبير عن وجهات نظر سياسية أو اجتماعية . وليس هدف الإعلان دائما هو إثارة المستهلك لشراء سلعة معينة عن طريق التوجه إلى عواطفه وانفعالاته . والتعليم كثيرا ما يقوم ببث أفكار معينة لخدمة الأنظمة السياسية والاجتماعية كما أنه يثير الكراهية ويحض عل القتال .

---

(١) إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير . ص ٢٤ ، ٢٥ .

الفصل الثانى

مدخل إلى الرأى العام

ماهية الرأى العام

الرأى العام عبارة أصبحت شائعة الاستخدام ، تستخدم كل يوم فى كثير من المجالات ، وأصبحت أجهزة الإعلام المختلفة تلوك هذه العبارة كثيرا ، كما أصبحت تتردد كذلك فى المناقشات البرلمانية ، بل أصبحت ترد على ألسنة الناس فى مختلف الميادين .

والرأى العام يمثل تيارا يسرى عبر الجماهير ويعكس إقبالها ونفورها ، وهو إتجاه ميول الناس ورغباتهم ، وهو مجموعة من الضغوط والأحكام التى تصدرها الجماهير على عمل من الأعمال أو نشاط من الأنشطة العامة فى المجال الداخلى والخارجى (١) .

وتتضح لنا هذه الحقيقة فيما يبديه الناس من الاهتمام بحادثة من الحوادث أو قضية من القضايا . فإذا وقع اعتداء من إحدى القوى العظمى فى العالم على دولة صغيرة كما هو الحال فى الاعتداء الأمريكى على فيتنام مثلا يقول الناس : -

إن الرأى العام يستنكر العدوان الأمريكى ويؤيد الشعب الفيتنامى ، وكذلك إذا قامت إحدى القوى باحتلال أراضى دولة أخرى كما هو حادث فى العدوان الإسرائيلى على الشعوب العربية ، ويتمثل الرأى العام العالمى فى هذا الصدد فى القرارات التى تصدرها الأمم المتحدة وتشجب فيها العدوان الإسرائيلى كما يتمثل الرأى العام القومى فى مظاهر التأييد الذى أبدته كثير من الشعوب فى صورة مؤتمرات أو مظاهرات أو غير ذلك مثل مؤتمر نصرة الشعوب العربية الذى عقد فى الهند فى أعقاب العدوان الإسرائيلى عام ١٩٦٧ .

وإذا وقع حادث مفزع مثل حادث اعتداء قطاع الطرق على سيارة الأتوبيس فى ميدان رمسيس بالقاهرة شاهرين أسلحتهم مطالبين الركاب بتسليم ما لديهم من

(١) أحمد أبو زيد . سيكولوجية الرأى العام ورسالته الديمقراطية . ص ٥٢ .

نقود وحلى جهارا نهارا ، وغير ذلك من الأحداث المماثلة .. يقول الناس : إن الرأى العام يستنكر مثل هذه الحوادث ويطالب المسئولين عن الأمن بوضع حد لها ، وكذلك إذا أظهر بعض التجار جشعهم وغالوا فى الأسعار قيل : إن الرأى العام يشكو من هذا الارتفاع فى الأسعار ويطالب الحكومة بوضع حد لهذا الغلاء .. وغير ذلك من القضايا والأحداث مثل أزمة المواصلات أو مظاهرات الطلبة ... إلخ .

وبالرغم من أن عبارة الرأى العام لم تستعمل حتى القرن الثامن عشر ، إلا أن ظاهرة الرأى العام كانت موضع اعتبار ، ويتضح ذلك فيما ذكره بعض الكتاب فى العصور القديمة والوسطى والحديثة ، ولكن ظاهرة الرأى العام لم تظهر فى أغلب الأحيان إلا فى المجتمعات المتحضرة آنذاك ، والتى تطورت فيها وسائل المواصلات مثل اليونان على سبيل المثال ولكنه كان يمكن ملاحظة الرأى العام رغم ندرته ، أيضاً فى المجتمعات المتخلفة التى لا يتوافر فيها وسائل اتصال مختلفة [١] .

وفى أواخر القرن الثامن عشر اتضحت ظاهرة الرأى العام فى أحاديث رجال السياسة وبعض الباحثين ، ولكنه حتى الحرب العالمية الأولى لم يكن هناك اهتمام واسع النطاق بدراسات الرأى العام ، إلا أنه نتيجة لهذه الحرب ازداد الإهتمام بهذا الموضوع واتسع نطاقه وذلك بسبب استخدام أطراف الصراع فى هذه الحرب لأسلوب الدعاية والتضليل بصورة كبيرة . وقد بدأت الدراسات الحديثة للرأى العام بعد المؤلفات التى وضعت فى هذا الصدد والتى من أبرزها المؤلف الذى وضعه لورانس لويس Lowerence Lowell والذى أعد مؤلفا بعنوان الرأى العام والحكومات الشعبية Puplic openion and Popular government. وقد نشر هذا المؤلف عام ١٩١٣ م ، وكذلك المؤلف الذى أعده والتر ليبان عن الرأى العام سنة ١٩٢٢ [٢] .

---

(١) Davison, Phillips. The public opinion process, In The voice of the people by Christinson, Reo and McWilliams Robert. p. 6 .

(٢) Hennessy, Bernard : Public opinion 2 ed. p. 23.

وفى المجتمع الحديث أصبح الرأى العام قوة لها وزنها نتيجة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية التى تتطلبها ظروف هذا العصر ونتيجة توافر وسائل التعبير عن الرأى العام مثل الصحف والإذاعة والتليفزيون والسينما وغيرها . وكان لظهور الأفكار الحديثة التى أتت بها المدنية الحديثة مثل التوسع فى حق الانتخاب ، وتحرير العبيد ومساواة المرأة بالرجل وحصول العمال والفلاحين على حقوقهم ، وغير ذلك من الأفكار ما كان له أبلغ الأثر فى ظهور الآراء الجديدة وانتشارها . إلا أن إتجاهات الرأى العام تجاه مختلف القضايا والأحداث تختلف باختلاف ظروف البيئة ، وكذلك تختلف فى مختلف المجتمعات باختلاف العقيدة الدينية ، والنظم الاجتماعية ، فما يستساغ ويصعب محاربته فى قبيلة تعيش على الفطرة مثل أكل لحوم البشر ليس محل نقاش وجدل فى تحريمه فى المجتمعات المتمدينة ، وما يسلم به المجتمع الأوروبى من تحريم تعدد الزوجات لا يرى المسلم فيه حرجا تبعا لتغلغل ومشروعية هذه العادة فى مجتمعه (١) .

الرأى العام والحكومات

يقول توماس جفرسون Thomas Jeverson الذى انتخب رئيسا للولايات المتحدة عام ١٨٠٠ : « أن الأساس فى اختيار الحكومة هو رأى الشعب ، وأن الهدف الأول لنا هو تحقيق هذه الغاية » (٢) .

وتهتم جميع الحكومات فى الوقت الحاضر بالرأى العام وتحفل به كثيرا سواء أكان ذلك عن حسن قصد منها أم عن سوء قصد . ذلك أنه من الصعب على أية حكومة أن تتجاهل الرأى العام فى المجتمع الذى تعمل فيه ، وذلك نظرا للقوة الهائلة لهذه الظاهرة التى تتزايد بصورة مستمرة .

---

(١) أحمد سويلم العمرى . الرأى العام والدعاية . ص ١١ .

(٢) Rivers William. op. cit. p.3 .

وكان أبراهام لينكولن Abraham Lincoln خير من عبر عن أهمية الرأى العام وحذر من خطورة إهماله أو عدم الاهتمام به من جانب الحكام حيث قال : « إنه حقيقة أنك تستطيع أن تخدع كل الناس بعض الوقت ، كما أنك تستطيع أن تخدع بعض الناس كل الوقت ، ولكنك لن تستطيع أن تخدع كل الناس كل الوقت » . [١] .

ورغم أن النازيين قد استطاعوا خداع الشعب الألمانى بمختلف أساليب الدعاية التى كانت تديرها الحكومة الألمانية تحت إدارة الدكتور جوبلز بدرجة عالية من الكفاءة ، ووضعوا رقابة شديدة لمنع الأفكار المخالفة لأفكارهم من الوصول إلى الشعب الألمانى ، إلا أنه ما إن تكشفت الحقائق التى أخفاها جهابذة الدعاية فى ألمانيا حتى اكتشف الشعب الألمانى أنه كان يعيش فى وهم وخداع ، ولم تجد وسائل التضليل شيئا سوى السراب .

يقول ادوين امرى Edwin Emery : إن الرأى العام هو السبيل للحفاظ على استمرار دوران عجلات الديمقراطية ، وأنه بالرغم من أننا نختار المسئولين لأداء الوظيفة الحكومية ونعطيهم سلطة اتخاذ القرارات التى تنظم حياتنا فإننا لا يجب أن نتركهم يمارسون السلطة الاستبدادية كما يفعل القادة فى الدول الدكتاتورية ذلك أن هؤلاء المسئولين مقيدون بتأثير الرأى العام وتوجيهه لأن الرأى العام هو الذى وضعهم فى هذه السلطة [٢] .

وهكذا تتضح أهمية إيجاد صيغة ملائمة للعلاقة بين الحكومة والرأى العام منعا لحدوث تنافر بينهما وحتى لا يسير كل منهما فى إتجاه مخالف للآخر ، وينتج عن ذلك حدوث فجوة بين الاثنين تجعل الحكومة تعمل فى فراغ قد ينتهى بسقوطها نتيجة لحدوث هوة تصديق لأقوالها وأفعالها من جانب الرأى العام Credibility gab.

---

(١) Ibid . p. 3 .

(٢) Emery, Edwin, Ault Philip and Agee, Warren, op-cit- p 18 -

وقد تحدث وليم تمبل فى المؤلف الذى وضعه عن الحكومة وطبيعتها فقال :

« إن الرأى العام هو دعامة الحكم ، وهو الذى تستمد منه السلطة نفوذها والسلطة تنبع من القوة ، وهى قوة المحكومين ، وهم الكثرة .. وأما القلة الحاكمة فلا نفوذ لها بغير تلك القوة » .. ويقول تمبل فى موضع آخر من هذا الكتاب إنه لا تقوم حكومة من الحكومات إلا على أساس من رضا الشعب ، أو بتأييد لا يستهان به من أبناء الشعب » .

ويقول جيمس برايس إن الرأى العام يوجد فى الدول التى تحكم حكما ديمقراطيا كما يوجد فى الدول التى تحكم حكما دكتاتوريا ، ولا يكمن الخلاف بشأن الرأى العام فى كل منهما فى أن النوع الأول من الدول يحكمها الرأى فى حين أن الثانية تحكمها القوة ، لأن الرأى العام يؤدى دوره فى كليهما حيث إنه فى النوع الثانى ، يطيع الناس القوة بالفطرة نظرا لأنهم لا يعرفون تماما طبيعة خلقهم الإنسانى ، حيث إنهم يوافقون على هذا النوع من الحكم برضائهم الخاص ، أما فى النوع الأول وهو الدول الديمقراطية فإن الناس يدركون طبيعة خلقهم وسمو كيانهم ، ولهذا فإنهم ينظرون إلى الحكام كوكلاء لهم ، كما يقوم الحكام بدورهم بطاعة قوة الإرادة الشعبية [١] .

ولكن نظرة الحكومات إلى الرأى العام تختلف باختلاف أنظمة الحكم فى مختلف الدول ، فليس من المعقول أن تنظر الحكومات فى أنظمة الحكم الديمقراطى إلى الرأى العام كما تنظر إليه الحكومات فى أنظمة الحكم الدكتاتورى ، ففى أنظمة الحكم الديمقراطى تعطى الحكومات مزيدا من الاهتمام للرأى العام وتعتبره الأساس لنظم الحكم بها ويستطيع كل فرد فى هذه الأنظمة أن يساهم فى تكوين الرأى العام بحرية كاملة ، كما أن الحقائق متاحة للجماهير حتى تتمكن من تكوين آرائها

---

(١) Bryce, James : The uniquity and power of public opinion. In the voice of the people. op. cit. p.4 .

دون أن يقف فى سبيل ذلك نفوذ أو ضغوط من أى نوع . أما فى الدول الدكتاتورية فإن الحكومات تنظر إلى الرأى العام نظرة مخالفة وتعتبره ليس مصدرا للنظام الحاكم ، ولكنه نتاج لهذا النظام .

ويقول هارولد لازويل Harold Lasswell أننا لا نستطيع أن نتردد فى القول بأن الحكومات الاستبدادية لا قبل لها بالنقد ، كما أنها لا تستطيع تحمله ، وإذا أردنا أن نؤكد هذه الحقيقة ، فعلينا أن نلقى نظرة سريعة على أى نظام استبدادى فسنجد أن جميع الحقائق تجمع على ذلك وتتضح هذه الحقيقة فى أجهزة الإعلام الصحفية والإذاعية والسينمائية ذلك أنه فى منع نشر الأخبار والتعليقات وغيرها من المواد الإعلامية المخالفة ما يؤكد هذه الحقيقة [١] .

وهكذا يتضح لنا أنه ليس هناك أى مجال للاستماع إلى رأى الشعب أو الاستجابة للرأى العام فى ظل النظم الدكتاتورية نظرا لأن هذه النظم لا تسمح إلا بنشر المعلومات والآراء الرسمية عن طريق أبواق الحكومات الممثلة فى وسائل الدعاية والنشر المختلفة – التى تسيطر عليها سيطرة كاملة – وأنه لا يتسنى الوقوف على رأى الشعب على حقيقته إلا فى ظل النظم الديمقراطية التى تتحقق فيها كل الحريات للمجموعات والأفراد . وتنعم فيه الصحافة بوجه خاص بحريتها باعتبارها أقوى وأفضل وسيلة للتعبير عن الرأى العام [٢] .

تطور ظاهرة الرأى العام فى العالم

إذا كانت ظاهرة الرأى العام لم تلق إهتمام الباحثين إلا فى العصور الحديثة

---

(١) Lasswell, Harold : Discription the contents of communications, In Bruce Lannes : Propaganda, communication and public opinion. p. 14 .

(٢) حسنين عبد القادر . أهمية العلاقات العامة فى سياسة الحكم ودورها فى الدول الإشتراكية . المجلة المصرية للعلوم السياسية . عدد مايو ١٩٦٣ ، ص ٨٨ . ٨٩ .

حيث تناولوها بالدراسة والتحليل ، إلا أن الرأى العام نفسه يرتبط فى نشأته بقيام المجتمعات الإنسانية .

ولقد كان الإنسان البدائى يدرك أهمية الرأى العام ، وذلك نظرا لأن الإنسان فى العصور القديمة لم يكن ذا كيان خاص ، بل كان يستمد كيانه من الانتماء إلى جماعة تتمثل فى العشيرة أو القبيلة أو الأسرة الكبيرة ومن ثم كانت حاجته شديدة لمعرفة طبيعة الرأى الجماعى السائد فى مجتمعه .

وعندما ظهرت الحضارات الأولى وعرف الإنسان الكتابة ازدادت أهمية الرأى العام وتطورت بالتالى الأساليب المتعلقة بالسيطرة عليه وتوجيهه ، وتشهد الآثار التى خلَّفها قدماء المصريين أو البابليون أو حكام آشور على سبيل المثال أنه كانت هناك أساليب متطورة للتأثير فى الرأى العام وكسب نفوذه عن طريق السيطرة على العقول والأخيلة [١] .

وفى الحضارة اليونانية القديمة لعب الرأى العام دورا كبيرا ، فقد كانت حكومة المدينة التى كانت تتصف بالديمقراطية تعطى الرأى العام الفرصة ليعبر عن نفسه ، وكانت هذه الحكومة تستمد منه سلطتها ، وهنا لا يخفى الدور الهام الذى قام به الفلاسفة والمفكرون فى اليونان الذين أدركوا معنى الرأى العام ، وقد ظلت آراؤهم حتى اليوم موضع اهتمام الباحثين مثل سقراط وأفلاطون وأرسطو [٢] .

وقد قسم أرسطو المستمعين ، وهم الذين يكونون الرأى العام فى عصره ، حسب السن إلى شباب ، ورجال ، وكبار السن ، ويقول أرسطو إن الشباب من شأنه أن يغالى فى كل شئ ، ويعتقد أنه يعرف كل شئ ويرجع ذلك إلى قلة خبرتهم ، ويعيب على هذه المجموعة عدم المبالاة ، وعلى العكس من ذلك بالنسبة لكبار السن كما يقول

---

(١) عبد القادر حاتم . الرأى العام . ص ٥٧ .

(٢) المصدر السابق . ص ٦٠ .

أرسطو وهم الأشخاص الذين يقعون بين ٣٥ و ٥٠ سنة حيث إنهم يحاولون مسايرة الواقع دون الثقة فيه [١] .

وهكذا كان الرأى العام صاحب الكلمة العليا مباشرة فى دويلات المدن اليونانية القديمة ، فكان الخطباء يلتقون بالناس فى ساحات أثينا وأسبرطة ، وتدور المناقشة والجدل ليصل الجميع إلى وجهة نظر تسود وتتغلب على وجهات النظر الأخرى ، وقد صارت هذه سنة تتبعها روما القديمة التى عرفت الصحافة اليومية متمثلة فى صحيفة Acta Duirna والتى ظلت تصدر زهاء أربعمائة سنة متوالية ، كما عرف الرومان مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب Vox populi وهو مفهوم قريب جدا من اصطلاح الرأى العام بمعناه الحديث [٢] .

وقد توج الإسلام الرأى العام بالمعانى والقيم السامية فى وقت كانت فيه الدول الغربية غارقة فى بحار من الظلمات . والمتأمل لرسالة محمد صلوات الله عليه يجد اهتمام الدعوة الإسلامية بالرأى العام ، فقال تعالى مخاطبا نبيه : « ولو كنت فظاً غليظ القلب لانفضوا من حولك » . ويتمثل اهتمام رسالة محمد بالرأى العام فى الدستور القرآنى الذى يبدو واضحا فى قوله تعالى : « وشاورهم فى الأمر » ، وقد نهج الخلفاء الراشدون هذا المسلك فى أسلوب حكمهم وليس أدل على ذلك من قول أبى بكر أول الخلفاء الراشدين فى أول خطبة له :
« انى قد وليت عليكم ولست بخيركم ، فإن رأيتمونى على حق فأعينونى وإن رأيتمونى على باطل فقومونى » ، وأكد عمنر بن الخطاب ثانى الخلفاء الراشدين هذا المبدأ حتى أعلن أمام جميع المصلين : « أصابت امرأة وأخطأ عمر » .

وقد كان اختراع جوتنبرج للطباعة عام ١٤٣٥ ، نقطة تحول هامة فى تطور الرأى العام ، فقد ظهر على أثر هذا الاختراع نهضة ثقافية وعملية وترتب على ذلك انتصار للرأى العام الذى أصبح عاملا مؤثرا فعالا فى تشكيل السلوك الإنسانى .

---

(١) عبد العزيز الغنام . مدخل فى علم الصحافة . ج ١٠ . ص ٢٦١ .
(٢) عبد القادر حاتم . المصدر السابق . ص ٦١ .

وفى القرن السابع عشر والثامن عشر والتاسع عشر حدث تطور هام فى ظاهرة الرأى العام نتج عن الصراع بين الكنيسة من ناحية ، والذين تمردوا عليها من ناحية أخرى . وقد ظهر على أثر ذلك عدد من المفكرين أمثال « ميلتون » ، « وجون لوك » ، « ووليم تمبل » الذين رفضوا على استعباد العقول وسحق الرأى العام ، وقامت الصحف بدور هام فى تدعيم الرأى العام فى فرانكفورت وفى انجلترا وغيرها من الدول الأوربية . وسرعان ما أدى التطور التجارى ونشوء الطبقة المتوسطة وانتشار التعليم إلى تدعيم مكانة الرأى العام [١] .

وقد كان من الواضح أن تأثير أفكار المساواة ، ورأى الأغلبية التى نادى بها « لوك » Lock و« روسو » Rousseau و « كوندورسيد » Condorced وغيرهم من المفكرين الذين ظهروا فى الفترة الواقعة من عام ١٦٥٠ إلى عام ١٨٠٠ قد ساهمت فى توسيع قاعدة الرأى العام . ولم يكن مفهوما قبل هذه الفترة المقصود بكلمة Public حيث إن آراء الجماهير لم تكن موضع اعتبار ولم تجد طريقها المؤثر فى وضع السياسة ، أما مع مطلع القرن الثامن عشر فإن عبارة الرأى العام أصبحت تستخدم على نطاق واسع بين الفئات المختلفة [٢] .

وحين قامت الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩ حققت أروع الانتصار لإرادة الجماهير وقد جاءت بعد قيام الثورة الأمريكية التى قامت عام ١٦٣٢

وفى القرنين التاسع عشر والعشرين حقق الرأى العام انتصارا هائلا ، وأصبحت له السيادة والسلطان فى حكم الشعوب ، نتيجة للتقدم العلمى والتكنولوجى الذى أحدثته الثورة الصناعية ، وظهرت على أثره النظريات الحديثة ، والبحوث العلمية ، والتطور الهائل فى وسائل الاتصال الجماهيرية . ونتج عن كل ذلك ثورة فى الأفكار ، وتدعيم لسلطة المجالس النيابية والصحف وغيرها من

---

(١) المصدر السابق . ص ٦٤ .

(٢) Hennessy. Bernard : op cit. p. 23 .

الوسائل التى تعبر عن الرأى العام ، وأصبح هذا القرن الذى نعيش فيه بحق « قرن الرأى العام » وازداد اتصال دول العالم بعضها ببعض مما نتج عنه تبادل للأفكار والآراء وتصارع للنظريات والمذاهب فى شتى الميادين [١] .

« تطور الرأى العام فى مصر »

لم تحرم مصر من أحداث وحركات فى مختلف عصورها أكدت وجود ظاهرة الرأى العام بها ، ولم يكن من المعقول أن تعيش مصر بمنأى عن الأوضاع الجديدة فى العالم ، هذه الأوضاع التى دعمت إرادة الشعوب ولاسيما بعد الثورة الفرنسية .

وقد كان علماء الدين فى مصر ، هم الممثلين الحقيقيين للرأى العام المصرى إلى عهد غير بعيد ، وقد كانت كلمتهم لها احترامها وقدسيتها فى نفوس الناس ، ولقد كان هذا الشعب ينظر إليهم على أنهم نوابه المتحدثون بلسانه المدافعون عن حقوقه ضد الحكام الذين قد يسيئون إليه ، وقد شهد القرنان الماضيان عدة مواقف مشرفة لهؤلاء الرجال فى الدفاع عن الشعب المصرى ضد حكامه [٢] .

وجاءت الحملة الفرنسية على مصر فأيقظت البلاد من سبات عميق أراده لها حكام البلاد من المماليك ، فقد شاهد المصريون لأول مرة نظما جديدة للحكم لم يشهدوها من قبل ، ولمسوا عن كثب أفكارا حديثة لم يلمسوها قبل ذلك .

فقد جعل نابليون بونابارت للعنصر المصرى صوتا فى حكم البلاد حين أنشأ نظام « الديوان » عام ١٧٩٨ الذى ضم عددا من المصريين الذين امتازوا

---

(١) عبد القادر حاتم . المصدر السابق . ص ٦٦ ، ٦٧ .

(٢) عبد اللطيف حمزة . أدب المقالة الصحفية فى مصر . ج ١ . ص ١٠ .

بمركزهم العلمى وكفاءتهم بهدف الاستنارة بآرائهم فى إدارة الحكومة ووضع نظامها الإدارى والمالى والقضائى ، وكان هذا نواة لنظام الشورى الذى لم تعرفه البلاد من قبل ، فلم يكن النظام الدستورى مألوفا فى البلاد ، بل كان الحكم المطلق القائم على الظلم والاستبداد وأهواء الحكام هو الذى كان يسود وقتذاك ، وكان العنصر المصرى فى خلال حكم المماليك بعيدا عن كل النفوذ فقد استأثر هؤلاء المماليك بسلطة الحكم من جميع نواحيه ، ورغم أن نابليون كان قائدا طموحا إلى الفتح والسلطان إلا أنه فى نفس الوقت كان وليد الثورة الفرنسية ، كما كان جنود فرنسا أبناء لهذه الثورة العظيمة التى أعلنت حقوق الإنسان وقررت حرية الشعوب.وهكذا فتح المصريون عيونهم وازدادوا تشوقا للنظام الجديد القائم على أساس الحرية والحق ، وقد استثار نابليون روح القومية فى نفوس المصريين والرأى العام المصرى بالطرق الآتية (١) : —

١ — النظام الدستورى الذى أنشأه ، والبيانات والمنشورات التى كان يعد فيها المصريين بأن يجعل زمام الحكم فى أيديهم ، وقد عبر نابليون عن هذه الحقيقة فى رسالة له عن أهداف الديوان فقال:« إن هذه الأهداف هى تعويد الأعيان المصريين نظام المجالس الشورية والحكم . إنى دعوتهم لاستشارتهم وتلقى آرائهم فيما يعود على الشعب بالسعادة والرفاهية وما يفكرون فى عمله » .. وقد كان هذا شيئا جديدا أحدث أثره فى التطورات التى طرأت على الرأى العام فى مصر والتى ظهرت فى البلاد فى أوائل القرن التاسع عشر .

٢ — كما استثار نابليون الرأى العام فى مصر باعتداءاته واعتداءات جنوده على البلاد وأهلها وقد أثارت هذه الاعتداءات كراهية الأمة ضد الاحتلال الفرنسى وحملتها على مقاومته بكل الوسائل فأسهمت هذه المقاومة فى بعث الروح القومية المصرية .

---

(١) عبد الرحمن الرافعى . تاريخ الحركة القومية وتطور نظام الحكم فى مصر . ج ١ . ط ٤ . ص ١١٣ .

٣ - ومما لاشك فيه أن البحوث العلمية التى أجراها علماء الحملة الفرنسية وخلدوها فى كتابهم « وصف مصر » الذى يقع فى أربعة عشر مجلدا ، كما أن الصحافة والطباعة التى أتى بها الجيش الفرنسى كان لها أثرها الكبير فى إيجاد نافذة على حضارة جديدة بأفكار وآراء ونظم هيأت الرأى العام فى مصر لأوضاع لم يشهدها من قبل .

وقد كان نابليون بونابارت أيضاً يحاول كسب ود المصريين عن طريق استخدام قادة الدين الإسلامى ليقوموا بدور الوسطاء بينه وبين الشعب المصرى ، كما شارك بونابارت المصريين أعيادهم وأفراحهم ، وقد حذا حذوه قادة الحملة الفرنسية من بعده ، كما حاول الفرنسيون أن يعلموا سكان مصر الأفكار التى جاءت بها ثورتهم ، وقد انتهز الجنرال رومبون Rompon مناسبة الاحتفال بعيد الثورة الفرنسية وألقى خطبة باللغة العربية بين فيها أسباب الثورة الفرنسية وأحداثها ونتائجها ، وخلص من هذه الخطبة إلى الآمال التى يجب أن يسعى إليها المصريون ، ويستعيدوا مجدهم الماضى الذى كان عليه أسلافهم القدماء [١] .

وعبر الرأى العام فى مصر بعد ذلك عن نفسه مرة أخرى حين انتصرت إرادته على إرادة الوالى العثمانى ، وقام زعماؤه باختيار محمد على واليا على مصر فى ١٣ مايو عام ١٨٠٥ واشترطوا عليه ألا يفعل أمرا إلا بمشورة علماء الشعب ونوابه . وإذا خالف شروطهم عزلوه ، وقد تجلت إرادة الرأى العام فى مصر حين تم تنصيب محمد على فى دار الحكمة أى فى ساحة القضاء ، واتخذ هذا معنى الاحتكام للعدالة والتمسك بالحق [٢] .

---

(١) Imam Ibrahim. Bonaparte's Information Policy in Egypt. In Egyptaion Political Science Review. p. 21 .

(٢) عبد الرحمن الرافعى . تاريخ الحركة القومية وتطور نظام الحكم فى مصر . ج ٢ . ط ٣ . ص ٣٣٦ ، ٣٣٧ .

ومما لاشك فيه أن البعثات المصرية التى أوفدها محمد على إلى فرنسا قد ساعدت على تعميق الآثار المختلفة للحملة الفرنسية . وقد أوفدت أول بعثة مصرية إلى باريس برياسة رفاعة الطهطاوى فى ١٤ أبريل عام ١٨٢٦ وقد سجل رفاعة الطهطاوى كل مشاهداته هناك وضمنها فى كتابه المشهور « تخليص الابريز فى تلخيص باريز »،وقد تلا هذه البعثة عدد من البعثات التعليمية الأخرى . وقد أتاحت هذه البعثات الفرصة للمصريين ليروا ويسمعوا عن عالم جديد وفكر حديث . وقد ظهرت آثار الحملة الفرنسية وآثار هذه البعثات لدى الرأى العام فى مصر بعد نمو الطبقة الوسطى فى عهد سعيد [١] .

وحين تولى إسماعيل السلطة لم يكن فى مصر هيئة نيابية تمثل الشعب ، وتشترك فى مظاهر الحكم منذ تم إبطال مجلس الشورى الذى أسسه محمد على عام ١٨٢٩ حيث كان هذا المجلس أول هيئة نيابية ظهرت فى عهد أسرة محمد على ، ولكن هذا المجلس لم يعمر طويلا ، ولم يظهر له أثر فى معظم عهد محمد على ، وقد انقضى عهد عباس وسعيد دون أن يجتمع مجلس الشورى أو أى مجلس يشبهه ، إلى أن جاء عهد إسماعيل فأنشأ مجلس شورى النواب عام ١٨٦٦ ، وكانت هذه ميزة يمتاز بها عصر إسماعيل عن عصرى عباس وسعيد ، ولكنه كان مجلسا استشاريا ينتخب أعضاؤه بواسطة عمد البلاد ومشايخها لمدة ثلاث سنوات ، ويجتمع شهرين من كل عام . وكانت جلساته سرية ، ولم يكن لهذا المجلس رأى نافذ فيما يعرض عليه من الشئون ، وذلك لأن إسماعيل مثله مثل جده محمد على كان يتصف بصفة الانفراد بالحكم ، والاستئثار بالأمر والنهى ، فلم يتخل عن سلطته المطلقة حين أنشأ هذا المجلس ، هذا علاوة على أن هذا المجلس أخذ شكل المنحة ، لأنه لم تسبقه حركة مطالبة من الأمة ، ومن هنا كانت سلطته ضئيلة ، فلم يمثل

---

(١) إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ص ١٩٢

الرأى العام تمثيلا صادقا أو يعبر عنه ، وكان حق الانتخاب فيه محصورا فى العمد والمشايخ ولهذا سمى « مجلس الأعيان » [١] .

ولكنه كان بادرة طيبة على أية حال فى تطور الرأى العام المصرى الذى دعمته ظهور أول صحيفة أهلية مصرية هى صحيفة وادى النيل التى أصدرها عبد الله أبو السعود عام ١٨٦٧ وصحيفة الأهرام التى صدرت عام ١٨٧٥ [٢] .

وقد نتج عن ذلك ظهور مجموعة من المفكرين الذين كان لهم دور بارز فى إثارة الرأى العام فى مصر على هذه الأوضاع أمثال جمال الدين الأفغانى ومحمد عبده ولطفى السيد ، كما ظهر عدد من القادة الشعبيين أمثال مصطفى كامل ومحمد فريد وسعد زغلول وغيرهم .

وجاءت الحركات الشعبية التى كانت مظهرا من مظاهر الرأى العام ، وكانت تظهر هذه الحركات أحيانا فى شكل صحافة أهلية ، وأحيانا أخرى فى شكل جمعيات علنية وسرية مثل الجمعية السرية للضباط الأحرار التى ظهرت عام ١٨٦٧ برياسة على الروبى ، وجمعية مصر الفتاة التى أنشئت بالاسكندرية عام ١٨٧٩ ، وكذلك جمعية المودة السرية لضباط الجيش عام ١٨٩٤ ، وجمعية المقاصد الخيرية وكان بين أعضائها الشيخ محمد عبده ، وكان من أعمالها تكوين رأى عام فى مختلف شئون الوطن للمجاهرة أو المطالبة به فى الوقت المناسب . ومما لاشك فيه أن جميع هذه المنظمات السرية والعلنية تدلنا على وجود ما يسمى برأى عام ضد الفساد القائم فى مصر فى ذلك الوقت ، وهو فساد سياسى واجتماعى وقضائى وإدارى . وقد استتبع ظهور هذه الجمعيات على مسرح السياسة المصرية ظهور الأحزاب السياسية وكذلك ظهور الصحف الشعبية ، وقد أعان هذا كله على نضج الرأى العام فى البلاد ، وقد كان لهذا الرأى العام الفضل فى مقاومة الاحتلال الأوروبى أكثر من ٧٠ عاما انحسر بعدها ظل الاحتلال البريطانى عن

---

(١) عبد الرحمن الرافعى . عصر إسماعيل . ج ٢ ، ط ٢ ، ص ٧٨ . ٧٩ .

(٢) خليل صابات . الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم . ط ٢ . ص ٩٤ .

مصر ، وعن كثير من الدول المجاورة التى انعكست عليها تيارات الرأى العام فى الوطن [١] .

وظل الرأى العام فى مصر يتطور بتطور الأحداث بالرغم من محاولات بعض الحكام القضاء عليه وقتل الأفكار الجديدة وظهرت بعض الجمعيات والأحزاب الوطنية داخل الوطن ، وكانت هذه الجمعيات تمثل رأيا عاما وطنيا وتلعب دورا بليغا فى التأثير على الرأى العام فى مصر . وبلغت الحركة الدستورية أوجها متمثلة فى الثورة العرابية فى ذلك الوقت والتى كانت أقوى تعبير عن الرأى العام فى مصر فى القرن التاسع عشر .

ثم حلت كارثة الاحتلال البريطانى فى عام ١٨٨٢ ، إلا أن الحركات الوطنية لم تخمد جذوتها وعاد كفاح الشعب المصرى فى سبيل حريته . وظل الصراع بين قوى الاستعمار التى كانت تحاول خنق حرية الشعب من ناحية وبين الحركات الوطنية التى كانت تمثل الرأى العام القومى من ناحية أخرى .

وتمثلت الإرادة المصرية فى أعقاب الاحتلال البريطانى فى عدد من أبناء مصر المخلصين الذين قاموا بكشف نوايا الاستعمار وأظهروا حيله وأساليبه الخبيثة ، ودافعوا عن حق وطنهم فى حياة حرة كريمة . ولم تمت الحركة الوطنية المصرية رغم طغيان الاحتلال البريطانى . وإنما ظلت تذكى حيوية الشعب المصرى برغم النكسة التى أصابت البلاد نتيجة فشل الثورة العرابية والاحتلال البريطانى [٢] .

وقد مثل الإرادة المصرية الأحزاب الوطنية مثل حزب الإصلاح على المبادىء الدستورية الذى ألفه الشيخ على يوسف عام ١٨٩٩ ، وكذلك الحزب الوطنى الذى ألفه مصطفى كامل عام ١٩٠٠ وحزب الأمة الذى ظهر عام ١٩٠٧ ، وكان

---

(١) عبد اللطيف حمزة : المدخل فى فن التحرير الصحفى ص ٤٠ .

(٢) سعيد عبد الفتاح عاشور : ثورة شعب . ص ٨٢ .

لكل حزب من هذه الأحزاب صحيفة وطنية تنطق باسمه مثل صحيفة الجريدة لسان حال حزب الأمة ، وصحيفة المؤيد لسان حال حزب الإصلاح على المبادىء الدستورية ، وصحيفة اللواء لسان حال الحزب الوطنى ، وقامت هذه الصحف بدور كبير فى التأثير على الرأى العام ، وفى رفع الروح المعنوية للشعب المصرى [١] .

وواصل الشعب المصرى كفاحه فى سبيل حريته بالرغم من الانقسامات الطائفية واختلاف وجهات النظر حول نوعية الاستقلال المصرى ، فمنهم من نادى بأن مصر للمصريين فقط ، ومنهم من نادى بالارتباط بالدولة العثمانية .

وقد توج الرأى العام المصرى انتصاراته فى ثورة شعبية اتحدت فيها كل طوائف الرأى العام وفئاته وهى ثورة عام ١٩١٩ [٢] ، تلك الثورة التى أثمرت تصريح عام ١٩٢٢ متضمنا إنهاء الحماية البريطانية على مصر ، والاعتراف بها دولة مستقلة ذات سيادة ، ثم وضع الدستور المصرى فى ١٩ أبريل عام ١٩٢٣ الذى نص على أن الأمة هى مصدر السلطات ، كما أثمرت فوز حزب الوفد بأغلبية ساحقة وتأليف وزارة سعد زغلول فى ٢٨ يناير سنة ١٩٢٤ م .

والفارق بين النظام القائم على الدستور والنظام القائم على الحكم المطلق كما يقول عبد الرحمن الرافعى [٣] إن النظام القائم على الدستور يكفل للشعب حكم نفسه بنفسه وإرادته وإختياره ، كما يكفل لأفراده تمتعهم بحقوقهم السياسية والشخصية ، والدستور هو المرادف للديمقراطية أما الحكم المطلق فهو قيام حكومات تفرض على الشعب فرضا ، لإهدار وكبت حريته . والحقيقة إن النظام

---

(١) عبد اللطيف حمزة : قصة الصحافة العربية فى مصر من نشأتها إلى منتصف القرن العشرين . ص ١٠٩ .

(٢) عبد اللطيف حمزة ، المصدر السابق . ص ١٣١

(٣) عبد الرحمن الرافعى . فى أعقاب الثورة المصرية . ج ١ . ص ٢٩٦ .

الدستورى وأساسه حكم الشعب بإرادته ممثلة فى انتخابات حرة لا يمكن أن تبلغ الغاية من الكمال ، ولكنه فى حاجة إلى مران طويل وممارسة مستمرة حتى تتشرب نفوس العامة والخاصة روح الدستور ومعانيه ولا يضير الأمم أن تخطئ فى ممارسة هذا النظام ، فإن الخطأ يصلح مع الزمن ، ومهما تكن عيوب الحياة الدستورية فإن الزمن كفيل بإصلاحها . أما النظم الاستبدادية فعيوبها مستمرة فى الأمم التى تقتل فيها روح العزة والكرامة ويغرس فيها طبائع الذل والهوان والعبودية .

وواصل الشعب المصرى كفاحه رغم موقف الاحتلال البريطانى أو السراى المتشددة للقضاء على الرأى العام داخل الوطن .

وبعد ذلك تطورت أوضاع الوطن بصورة سيئة إلى أن جاء عام ١٩٥٢ ، وقامت ثورة قوضت أركان الأوضاع القديمة وجاءت بأوضاع جديدة أحدثت معه تغييرا شاملا فى أوضاع الوطن السياسية والاقتصادية والاجتماعية نتج عنها شكل جديد للرأى العام ، والحقيقة أن هذه الفترة التى أعقبت ثورة ١٩٥٢ جديرة حقا باهتمام الباحثين ، ودراسة تطور الرأى العام فى مصر والمراحل التى مر بها حتى الآن . وسوف نفرد لها دراسة خاصة بإذن الله .

مفهوم الرأى العام

أنه بتحليل مصطلح الرأى العام نجد أنه ينقسم إلى لفظين هما : لفظ رأى « ولفظ عام » والرأى من قولك أرى كذا ، وكلمة أرى فى حد ذاتها تعبير عن أمر قابل للشك ، وعلى هذا « فالرأى » معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين ، وأما كلمة « العام » فيقصد بها الجماعة التى تشترك فى الرأى ، وهذه الجماعة تتألف من أفراد يتباينون فى أخلاقهم وتقاليدهم ومعتقداتهم وثقافاتهم . ولا توصف الجماعة بأنها شئ موحد أو شئ له صفة الثبوت ، والجماعات تنتقل من حالة إلى أخرى بفعل أفراد معدودين يسوقونها إما إلى الخير وإما إلى الشر ، وقل أن تكون لهذه الجماعة إرادة ظاهرة فى انصياعها لهؤلاء الأفراد أو القادة والزعماء ، ومن هنا كثرت

الآراء التى تشكلك فى الرأى العام من حيث هو [١] .

ويرى بوشانان Buchanan وكانتريل Cantril أن الصور التى تتكون داخل رءوسنا هى بمثابة المنطلق لآرائنا العامة وهى التى تحكم نظرتنا نحو الشعوب والجماعات الأخرى ، وقد وجد هذان العالمان أن هناك ميلا واضحا لوصف جماعات وشعوب معينة بصفات معينة من قبل الجماعات والشعوب الأخرى ، فالأمريكيون يرون أن الروس يتميزون بالقسوة ، وينزعون إلى السيطرة والتكبر ، فى حين يرى الأمريكيون فى أنفسهم أنهم شعب محب للسلام ؛ كما أنهم يتصفون بالكرم والذكاء . كما وجد هذان الباحثان أن الدول الصديقة تميل إلى استعمال أوصاف مناسبة ولائقة فى وصف أخلاقيات بعضها ، كما أن الشعوب تصف نفسها بأوصاف محددة – ومقبولة [٢].

وبقدر ما أحدث الرأى العام من اهتمام كبير لدى الدول والحكومات والشعوب على اختلاف نظمها وأوضاعها بقدر ما اجتهد المفكرون والباحثون والمعنيون بهذا الفرع من فروع المعرفة الإنسانية لوضع مفهوم واضح للرأى العام ، مما نجم عنه تعدد التعريفات وتنوع المفاهيم ، ويرجع الاختلاف بين هؤلاء الباحثين والعلماء إلى الاختلاف فى وجهات النظر التى يحكمها اهتمامات وتخصصات وأيديولوجيات هؤلاء الباحثين ذلك أن الرأى العام أصبح محور اهتمام خبراء السياسة وعلماء الإعلام واساتذة علم النفس والإدارة والعلوم السلوكية . ويهتم البعض من هؤلاء الباحثين بالآراء التى تتصل بالشئون العامة وتمثل ارادة الأغلبية ، ويركز غيرهم على الطريقة التى تتكون بها الآراء ، ويحفل آخرون بنوعية الآراء التى يتم التعبير عنها ، ويبدى فريق آخر اهتمامه بدراسة تأثير هذه الآراء ودرجات هذا التأثير .

---

(١) عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية . ص ١٨ .

(٢) Eldon, Ray , Donald Herbert , Funqurait and Thomas W, Boms . mass communication , An Introduction to Modern communication Media p 133 .

وقد اختلفت المفاهيم وتعددت التعريفات لهذا المصطلح القديم فى مضمونه ، الحديث فى ألفاظه ودراسته . وليس الرأى العام وحده هو المصطلح الذى أثار اهتمام الخبراء والباحثين كما أثار اختلافهم حول وضع تعريف محدد يتفق عليه الجميع ، ذلك أن كثيرا من العلوم الاجتماعية والانسانية الأخرى مرت بهذه المرحلة ، ولازال بعضها يثير هذا الاهتمام وتلك الاجتهادات ولاسيما علوم الاتصال بالجماهير مثل العلاقات العامة والحرب النفسية والدعاية وغيرها . إلا أن هذا لم يَحُل دون بروز عدد من التعريفات العلمية المتفقة فى مضمونها ؛ وفى تحديد العناصر التى تكون مفهوم الرأى العام .

« تعريف الرأى العام »

يقول جيمس رسل لا سويل James Russel Lasswell فى وصفه للرأى العام : إن الرأى العام وجود معنوى لا نراه ، وهذا لا ينقص من قوته شأنه فى ذلك شأن الضغط الجوى الذى لا نراه ولكنه موجود بمعدل ستة عشر رطلا على البوصة المربعة (١) .

وقد اختلف المفكرون والساسة حول وضع تعريف محدد للرأى العام يتفق عليه الجميع ، ويؤكد هذه الحقيقة ما أشارت إليه الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية عام ١٩٦٨ والتى أفادت « بأنه لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأى العام » (٢) .

وهكذا يصبح من الصعوبة بمكان تعريف الرأى العام تعريفا محكما دقيقا يتفق عليه الجميع ، وقد نتج عن ذلك تعدد التعريفات الواردة عن الرأى العام . وقد يصل هذا الاختلاف بين المفكرين إلى حد إنكار وجود الرأى العام .

---

(١) إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص ١٠٩ .
(٢) عبد العزيز الغنام . مدخل فى علم الصحافة . ص ٢٥٥ .

ولكن هذه الاختلافات بين المفكرين والساسة لم تمنع وضع تعريفات للرأى العام يتفق عليها معظم الباحثين وسوف نستعرض بعض هذه التعريفات التى تعالج هذه الظاهرة فيما يلى :

عرف ماكدوجال الرأى العام بأنه تعبير عن موضوع جدلى يثير اهتمام جماعة ما » [١] .

Public opinion is the expression of a Controversail point within an intrrest group .

وعرف العالم السيكولوجى فلويد ألبورت Floyed Alport الرأى العام بأنه : « تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم فى موقف معين ، ويمكن استدعاؤهم للتعبير عن أنفسهم سواء أكانوا مؤيدين أم معارضين لمسألة نهائية معينة أو لشخص أو اقتراح ذى أهمية واسعة النطاق بحيث تكون نسبتهم فى العدد من الكثرة والاستمرار كافية لإحداث إمكانية التأثير على العقل بطريق مباشر تجاه الموضوع الذى هم بصدده » [٢] .

وعرف كلاريدكنج الرأى العام فقال : « أنه الحكم الذى تصل إليه الجماعة فى مسألة ذات بال وذلك بعد مناقشات علنية ومستوفاة » ، كما عرفه جيمس برايس فى كتابه الديمقراطيات الحديثة فقال : « إنه اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التى يدين بها الناس إزاء المسائل التى تؤثر فى مصالحهم العامة والخاصة » . وعرف البيج Albigالرأى العام بأنه : « ثمرة تفاعل الأفكار فى أى وضع من أوضاع الجماعة التى تصدر عنها هذه الأفكار » [٣] .

وقال برنارد هينسى فى تعريف الرأى العام : « إن الرأى العام هو مركب من

---

(١) Macdougal Curtis Understanding public opinion . p 29 .

(٢) حسنين عبد القادر . الرأى العام . مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة . عدد مايو ١٩٥٥ . ص ٥١ .

(٣) عبد اللطيف حمزة . المدخل فى التحرير الصحفى . ص ١٩ .

المعتقدات التى يعبر عنها عدد كبير من الأفراد حول موضوع ما له أهمية عامة »[١] .

Public opinion is the Complex of beliefs expressed by significant numbers of persons on an issue of general importance .

ويوجد غير ذلك العديد من التعريفات التى تعرضت لموضوع الرأى العام ، ولكن هذه التعريفات التى استعرضناها تعد أبرز هذه التعريفات التى تعرضت لهذا الموضوع تقريبا .

إلا أن التعريف الذى لاقى رضا الكثير من الباحثين والمهتمين بشئون الرأى العام هو ذلك التعريف الذى أعده ليونارد دوب ، فقال دوب فى تعريفه للرأى العام : « إن الرأى العام يشير إلى اتجاهات الناس حول موضوع ما حينما يكونون أعضاء فى نفس الجماعة الاجتماعية [٢] .

Public opinion refers to the peoples attitude on an issue when they are members of the same social group .

وينقسم الرأى العام على ضوء هذا التعريف إلى عناصر ثلاثة هى :
الاتجاه ، الموضوع أو المشكلة ، الجماعة الاجتماعية
١ – والاتجاه كما عرفه جوردون البورت G . Alport هو :
« حالة من الاستعداد أو التأهب العصبى والنفسى تنتظم من خلال خبرة الشخص ، وتكون ذات تأثير توجيهى أو دينامى على إستجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التى تستثير هذه الاستجابة » ، وقد حاز هذا التعريف للإتجاه القبول وذاع أكثر من غيره لدى غالبية المختصين ، والاتجاه إذاً كما يقول الدكتور مصطفى سويف هو الحالة النفسية القائمة وراء رأى الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين ، من حيث رفضه لهذا الموضوع أوقبوله ، ودرجة هذا

---

(١) Hennessy, Bernard. op. cit. p. 24 .
(٢) Loc-cit

الرفض أو القبول ويحمل كل شخص نوعين من الاتجاه هما [١] : –

النوع الأول : إتجاهات خاصة أو شخصية . وهذه مجموعة اتجاهاته نحو أحداث حياته الخاصة وظروفها من حيث هى خاصة به .

النوع الثانى : إتجاهات عامة أو اجتماعية . وهذه مجموعة اتجاهات الشخص نحو الأحداث والموضوعات العامة فى الحياة الاجتماعية .

إلا أنه يجب أن يكون واضحا أن الرأى الظاهر ليس بالضرورة تعبيرا صادقا عن الاتجاه ذلك أنه كثيرا ما يخفى الفرد اتجاهه ولا يفصح عنه لأسباب متعددة كالخوف أو الحفاظ على سرية مسألة معينة أو غير ذلك من الأسباب ، إذا أنه من غير المعقول أن يعكس الرأى العام فى دولة يحكمها نظام استبدادى الاتجاهات الحقيقية لأفراد هذا المجتمع ، وقد يضلل أسرى الحرب من جنود الدولة المعادية عدوهم باظهارهم الكراهية للنظام القائم فى بلادهم ويدلون بمعلومات خاطئة لا تعكس اتجاهاتهم الحقيقية .

وقد يختلف الإتجاه والرأى عن السلوك الفعلى ، على الرغم من أن السلوك السوى ما هو إلا تعبير عن الاتجاه الصحيح من خلال وقائع مادية تصدر عن الفرد ، وما أكثر الأفعال التى تصدر عن أفراد ولا تشير إلى اتجاهاتهم الحقيقية ولا أدل على ذلك من سلوك بعض المرشحين ووعودهم وتواضعهم ومساعدتهم للجماهير ومشاركتهم لهم فى أفراحهم وأتراحهم فى حين أن هذا السلوك الظاهر قد يخالف الاتجاه الفعلى ، ولم يكن السلوك الاسلامى لنابليون بونابرت فى تودده لرجال الدين ومشاركته المسلمين فى أعيادهم ومناسبتهم انعكاسا صادقا لإتجاه هذا القائد الغازى .

ونستطيع أن نخلص من ذلك بحقيقة مؤداها أن الرأى العام قد يعكس الاتجاه الفعلى ، وقد لا يتفق معه . كما أن السلوك قد ينسجم مع حقيقة الاتجاه وقد يتناقض معه .

---

(١) مصطفى سويف . مقدمة فى علم النفس الإجتماعى . ص ٣١٧ .

ولكى نوضح الفرق بين السلوك والاتجاه لن نجد أفضل من حديث رسول الله ﷺ والذى قال فيه « من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الايمان [١] » ويميز حديث رسول الله هنا بين الاتجاه الكامن داخل النفس ، والرأى الذى يفصح عنه اللسان ، والسلوك الذى يتم بواسطة اليد .

وكلما تراكمت الاتجاهات فى ذهن الفرد ، وكلما ازداد استرشاده بها واعتماده عليها ، فإن قدرته على بحث الموضوعات وتحليلها تقل ، وبالتالى تصبح تصرفاته وأنماط سلوكه روتينية متكررة ومن هنا كانت دراسة الاتجاهات والميول عنصرا أساسيا فى تفسير السلوك الحالى والتنبؤ بالسلوك المستقبل للفرد ، والاتجاهات التى يحملها الفرد حيال موضوعات أو أفراد معينين تجعل الانتظام فى السلوك والاستقرار والثبات فى أساليب التصرف أمرا ممكنا ، وبذلك تصبح الحياة الاجتماعية أمرا ميسورا [٢] .

وتتطور اتجاهات الفرد وتنمو بنموه وتطوره الشخصى . كما أن الشخص يتأثر فى تطوره ونموه بالأشخاص الآخرين الذين يحيطون به ، كذلك فإن الاتجاهات التى يكونها الفرد تتأثر باتجاهات الأفراد الآخرين الذين يتعامل معهم . وكلها تسهم فى تشكيل وتطور اتجاهات الأفراد

وللاتجاهات وظائف محددة بالنسبة للشخصية يمكن ذكرها فيما يلى :

١ - وظيفة التأقلم حيث تساعد الاتجاهات الفرد على التأقلم مع الأحداث والظروف المحيطة به .

٢ - وظيفة التعبير عن القيم والمثل . إذا أن الشخص يحمل اتجاهات تتفق مع القيم والمثل التى يؤمن بها ويستخدمها .

---

(١) الحافظ محى الدين أبى زكريا بن شرف النووى رياض الصالحين . ص ١٠٠ .

(٢) على السلمى : مقدمة فى العلوم السلوكية . ص ٨١ .

٣ – وظيفة الدفاع عن النفس : حيث إن الفرد حين يحتفظ باتجاه معين فإنه إنما يحاول الدفاع عن نفسه ، فالعامل الذى يؤيد الحركة العمالية إنما يعبر عن اتفاق تلك الحركة مع مصالحه وأمانيه .

٤ – وظيفة المعرفة : فتساعد الاتجاهات الفرد على تنظيم ادراكه للأمور وترتيب معلوماته عن الموضوعات المختلفة .

٢ – الجماعة : إذا كانت الجماعة كما عرفها هومانز Homansبأنها عدد من الأشخاص على اتصال وثيق ببعضهم البعض لفترة من الوقت على أن يكون عددهم قليلا حتى يستطيع كل فرد من أفراد الجماعة أن يتصل بالآخرين اتصالا مباشرا (١) فإن الجماعة يقصد بها فى بحوث الرأى العام مجموعة من الأفراد ينتمون إلى هيئة واحدة .

وإذا كان الرأى العام هو بمثابة تعبير ارادى ينبعث من فكر وشعور فردى إلا أنه لا ينطلق من هذا الفكر وهذا الشعور الفردى المستقل ، وإنما يعكس الاتجاهات الفردية من خلال الجماعة أى أنه تعبير جماعى لنشاط سياسى أو اجتماعى للجماعة باعتبار أن الانسان ما هو إلا كائن سياسى بصرف النظر عن مضمون هذا التعبير .

والفرق بين الرأى العام والرأى المبعثر لعدة أفراد هو أن الأول تركيز لسياسة تعبيرية جماعية ، أما الثانى فهو بمثابة تعبيرات متفرقة يتعذر تركيزها وجعلها جماعية ، وهذه التعبيرات لا تمثل تيارا مجتمعا مع الجماعة بحال ما ، ويوضح الدكتور أحمد سويلم العمرى (٢) ذلك المعنى ويقربه إلى الذهن مبينا أن الفرد يتعشق فرديته وقد ينتقد سياسة حزبه انتقادا مرا وقد يشعر فى ضميره بسخط وهو غير واثق من تصرفات بعض قادته ، ولكنه إذا سئل كخلية فى الجماعة التى ينتمى إليها فى

---

(١) Brooks William D. speech Communciation.p8 .

(٢) أحمد سويلم العمرى : الرأى العام والدعاية . ص ٢٧ .

استفتاء لصالح حزبه فإنه سرعان ما يشترك مع الرأى العام فى اعطاء صوته لحزبه لا للحزب المعارض ، ويستدل على قوة الرأى العام فى أن رأى كل عضو فيه يستند إلى الرأى الآخر مما يؤدى إلى التأثير فى تغيير الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفى قلب أوضاع التصويت والأغلبية .

ومن الحقائق المعروفة أن الفرد يسلك داخل الجماعة سلوكا يختلف كل الاختلاف عن سلوكه الشخصى خارجها ، فالحياة الاجتماعية تفرض على الشخص احترام العادات والتقاليد والقيم والمثل الأخلاقية التى تحكم حياة الجماعة ، بل إن الفرد قد يخضع لهذه القيود والسدود والعادات التى تحكم الجماعة رغم ارادته وهو فى قرارة نفسه غير مؤمن بها حتى لا يتعرض لسخط الجماعة أو أذاها أو احتقارها . ولا يوجد من لديه شجاعة الوقوف فى وجه الجماعة وتحدى ما تؤمن به من عقائد وتقاليد وعادات سوى الأنبياء والرسل والفلاسفة والعلماء [1] .

وتتأثر الجماعة كما يتأثر الفرد بمؤثرات سيكولوجية وثقافية معينة ، كما تخضع للعوامل الاجتماعية والطبيعية والوراثية التى تؤثر فى حياتها . ويتحكم فى الجماعة اللاشعور والغريزة أكثر مما يتحكم فيها العقل ، وتسيطر عليها سيكولوجية القطيع Mab Psychology فى أوقات الثورات والأزمات بصرف النظر عن مستوياتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، ولا أدل على ذلك من أن أصحاب المهن الرفيعة من المعلمين والمحامين والأطباء والمهندسين كانوا يفعلون أثناء الثورة الفرنسية الكبرى سنة ١٧٨٩ مثل ما يفعل الرعاع فكانوا يقتلون وينهبون ويسرقون ، ومثل ما نراه من ثورات تعم العالم المتقدم وتشترك فيها هذه الطوائف . ومن خصائص الجماعة أيضا أنها أكثر استعدادا للدوافع الأساسية النبيلة مثل الشجاعة والتعظيم والتضحية أكثر مما تستجيب للدوافع غير النبيلة مثل الخوف والكراهية والحسد . والجماعة

---

(١) حسنين عبد القادر : أصول العلاقات العامة . ص ٤٠ .

تتطلع دائما إلى المثالية كما أنها لا تستطيع أن تعيش دون أن يكون لها شئ تعظمه وتمجده ، أو تمقته وتحتقره ، كما أنها لا تستطيع أن تعيش دون أن يكون لها قائد أو زعيم يجسم مبادئها ومثلها ويرعى شئونها وتعتبره مثالا لها تسير خلفه . وكل المحاولات التى تبذل لتكوين الرأى العام أو توجيهه والتأثير فيه تكون فى الغالب على أساس افتراض أن عقل الجماعة فارغ لا يعرف المنطق تسيطر عليه الغريزة والعاطفة . تلك آراء نخبة من كبار الفلاسفة وعلماء الاجتماع من أمثال جان جاك روسو ، وجوستاف لوبون ، ووليام جيمز ، ونيتشه ، إلا أنه من ناحية أخرى فإن تأسيس الحكومات الديمقراطية يستند إلى افتراض مخالف وهو أن الفرد قادر على التفكير المنطقى واصدار الاحكام الصحيحة والسليمة فى حكم نفسه بنفسه وعلاقاته بالآخرين . ويقسم الدكتور حسنين عبد القادر [(١)] الجماعات إلى :

١ - الجماعات المتجانسة Homogeneous group وهى التى تجمعها مصالح مشتركة ومتحدة وأهداف واحدة ، وتكون هذه الجماعات منظمة تنظيما حسنا ويربطها تقاليد عامة وعادات وضمير اجتماعى .

٢ - الجماعات غير المتجانسة Nonhomogeneous group وتتكون من عناصر كثيرة ، يختلف بعضها عن البعض الآخر فى درجة الثقافة والمستوى الاجتماعى والمهنى ، وهذه الجماعات تفتقر إلى صفة الدوام والاستمرار لأنها جماعات مؤقتة ، وليس لها ضمير اجتماعى مثل جماعات المستهلكين ، وحملة الأسهم الذين لا يشتركون إلا فى شئ واحد فقط هو اقتسام أرباح الشركة .

٣ - الجماعات الرشيدة Rational Group وهى التى يكون لديها قسط كاف من المعلومات والمعرفة للقضايا التى تواجهها مما يمكن أفرادها من إصدار الحكم عليها .

٤ - الجماعات غير الرشيدة Irrational Group وهى التى لا يتوافر لديها معلومات كافية ومعرفة صادقة عن ظروف القضايا المطروحة بما يمكنها من إصدار حكم صحيح .

---

(١) المرجع السابق . ص ٤٥ .

إلا أننا نستطيع أن نؤكد أن حاجة الإنسان إلى الانتماء إلى جماعة تعتبر من الحاجات الأساسية التى تميزه ، فمن الجماعة يكتسب الإنسان اللغة التى تمكنه من التفاعل مع غيره ، كما يتلقى منها العادات والتقاليد ، كما تسهم الجماعة فى تحديد اتجاهاته وأساليب تفكيره ، ويتحدد للفرد داخل الجماعة مكانة اجتماعية تؤثر فى سلوكه وتصرفاته . من ذلك يمكن أن القول أن الجماعة تحيل الفرد إلى كائن اجتماعى . ويستفيد الفرد من انتمائه للجماعة كوسيلة لتحقيق رغباته الشخصية والاجتماعية التى يعجز عن إشباعها بمفرده ، كما أنها تتيح له الفرصة لاستغلال كفاياته ومواهبه وتعطيه شعورا بالانتماء والأمن .

وإن المناخ الثقافى الذى يجد الفرد فيه نفسه ، ثم ينمو ويعيش فيه يؤثر عليه ويلعب دورا حيويا فى حياته بفعل عامل التقليد والمحاكاة . إن الأفراد فى المجتمع الحديث يكونون عادة أعضاء فى أكثر من جماعة . وكثيرا ما تنشطر الجماعة الاجتماعية إلى جماعات فرعية لها اهتمامات معينة ، وأن هذه الجماعات توجد لنفسها شبكة اتصالات خاصة بها ، ويكون لها اهتماماتها ومواقفها المختلفة .

والجماعة من الناس تكون قليلة العدد كالأسرة أو الفصل الدراسى أو المصنع [١] ، كما أنها قد تكون كثيرة العدد بحيث تشمل الأمة وقد تشمل العالم بأسره ، وهذا يتوقف على المشكلة أو الحادثة التى هى موضوع الرأى العام ، أى أن الجماعة لا يشترط أن تشمل المجتمع بوجه عام مثل وجود رأى عام معارض ازاء أحد المدرسين فى الفصل الدراسى على سبيل المثال بسبب صعوبة الامتحانات أو وجود رأى عام داخل أحد المصانع فى حالة ارتفاع أو انخفاض الأجور ، وقد يشمل الرأى العام الدولة بأسرها كما هو الحال إذا ارتفعت أسعار إحدى السلع الاستهلاكية . أو قد تشمل العالم بأسره إذا كان هناك ما يهدد كيانه كالتهديد بحرب عالمية تستخدم فيها أسلحة الدمار أو الهلاك الذرية كما حدث أيام أزمة صواريخ كوبا عام ١٩٦٢ .

---

(١) فؤاد دياب . الرأى العام وطرق قياسه . ص ٨ .

٣ - والموضوع أو المشكلة قد يكون موضوعا بسيطا محدد النطاق يخص أسرة أو شركة من الشركات ، أو مصلحة حكومية أو غير حكومية ، وسرعان ما تختفى هذه المشكلة أو هذا الموضوع بمجرد انتهاء الأسباب التى أوجدته ، وقد تكون مشكلة واسعة النطاق تهم الوطن كله مثل الاحتلال الاسرائيلى لأجزاء من أراضى الوطن أو مشكلة عالمية مثل أزمة الصواريخ فى كوبا ، والتى كانت تهدد باندلاع حرب عالمية عام ١٩٦٢ . وقد تكون هذه المشكلة أو هذا الموضوع يختص بأوضاع اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية فى الزراعة أو الصناعة أو التجارة ، وقد تكون دينية أو طائفية تهدد أمن الوطن .

ويعتبر الوقت عنصرا هاما ولازما لتشكيل إتجاهات الرأى العام ، لأن الرأى العام يتشكل حول قضية من القضايا وينتهى بانتهاء الظروف التى أوجدت هذه القضية سواء أكانت ظروفا سياسية أم اجتماعية أم اقتصادية ، ذلك إن هذه الظروف قد تتغير بتغير أسبابها بعد فترة زمنية ، ويتميز الرأى العام بديناميكيته فهو دائم الحركة والتغيير بل والتحول من ناحية إلى أخرى . وكثيرا ما رأينا الرأى العام يتحول فى أحد المجتمعات من رأى عام معادى لمجتمع آخر إلى رأى عام موال ومؤيد لهذا المجتمع أو يتحول من تأييده لمسألة داخلية إلى رفضه لها ونفوره منها ، بل ما أكثر العادات والتقاليد التى طرحها الرأى العام جانبا بعد أن اقتنع بعدم جدواها وعرقلتها لمسيرة حياته .

والرأى العام نتاج للجدل والنقاش بين الأفراد داخل الجماعة حيث يسود أحد الآراء على بقية الآراء ، أو تصل الجماعة إلى رأى جديد بعد صقله وتمحيصه وتعديله ، إلا أن هذا الرأى كان رأيا فرديا فى بادئ الأمر .

وقد جاء التعريف الذى أعده ماكدوجال وألبيج مؤكدا ضرورة النقاش للوصول إلى رأى عام ، وقد عرضنا لهذين التعريفين منذ قليل .

أما التعريف الذى عرضه تشيلدز للرأى العام فلم يمح هذه الحقيقة الهامة ولهذا جاء تعريفا غير مقنع حيث قال تشيلدز :
« إن الرأى العام هو مجموعة من الآراء الفردية » .. ولم يتعرض فى هذا التعريف إلى عملية النقاش للوصول إلى الرأى العام ، ذلك أن الرأى العام ليس تجميعا للآراء الفردية دون مناقشة لهذه الآراء [١] .

ولا ترجع أهمية المناقشة بين الجماعة للوصول إلى رأى عام فقط ، ولكنها ترجع إلى أهمية التفاهم المشترك بين مختلف الجماعات ، والوصول إلى اتفاق ملائم بين الجماعة حول هذا الرأى العام . ونظرا إلى أن الرأى العام يستند إلى مبدأ الأخذ والعطاء عن طريق المناقشة فإنه يتحتم لقيامه وجود لغة مشتركة ، أو قدرة على الاتفاق على المعانى الرئيسية وإلا تعذرت المناقشة وأصبحت دون جدوى . لأن الرأى العام يقوم على استعداد الجماعات للتوفيق بين آرائها ، فإذا استبدت كل جماعة بموقفها تعذر قيام الرأى العام الذى يتضمن المشاركة بين الناس فى الخبرات والاستعداد للتوفيق بين الآراء حتى يستطيع هذا الرأى العام أن يعمل كوحدة رغم انقسامه [٢] .

ويؤكد هربرت بلور Herbert Blumer هذه الحقيقة حين قال : « إن الرأى العام يتكون خلال تبادل المناقشات والحجج ، لأن ذلك هو السبيل إلى تشكيل الرأى العام . وأن استمرار النقاش ضرورى للجماهير حتى تستطيع الوصول إلى التفاهم المشترك ، والاقتراب من المعانى الرئيسية لموضوع النقاش ، لأنه بدون السيطرة على جوانب الحديث والقدرة على التفاهم فإن المناقشة سوف تسير فى دائرة مفرغة ، ولن تأتى بالثمرة المرجوة منها بل إن التفاهم سيكون مستحيلا .. ويرى بلومر أن عدم القدرة على التفاهم يعوق المناقشات العامة التى تتناول

---

(١) حسنين عبد القادر . المصدر السابق . ص ٥٢ .
(٢) لويس كامل مليكة . سيكولوجية الجماعات والقيادة . ص ٧٩ .

الموضوعات القومية . وقد تصل هذه المناقشات إلى التوقف التام إذا تعصبت مختلف الجماعات تعصبا طائفيا أو عقائديا أو غير ذلك ، وذلك نظرا لأن التعصب يعنى رفض الناس الاقتناع بوجهات نظر الآخرين ، فى حين أن عملية تكوين الرأى العام تتطلب قدرة على تبادل الخبرات والتجارب ، واستعدادا للوصول إلى تسوية واتفاق . وبهذه الطريقة فقط فإنه يمكن للجماهير المنقسمة على نفسها أن تعمل فى وحدة متكاملة As a unit[1] .

ولكن الرأى العام فى عملية تغيير مستمرة إما بسبب تغيير الموضوعات الجدلية التى تتغير من وقت لآخر وإما بسبب أن الرأى السائد حول قضايا معينة قد يتغير هو الآخر لأنه فى النظم الديمقراطية يكون من حق الناس بل من واجبهم أن يناقشوا القضايا التى تؤثر فى مستقبل ورفاهية مجتمعهم سواء داخل نطاق السلطة التشريعية أو خارجها . وقد تظهر موافقة عامة على بعض الآراء وتصبح أساسا لحركة الجمهور . وهذا يعنى أن الرأى الذى اتفقت عليه أغلبية الناس سوف يصبح أساسا لبرامج العمل الديمقراطية . وفى أى نظام ديمقراطى توجد أقلية تختلف آراؤها مع آراء الأغلبية . وتستطيع الأقلية أن تحدث تغييراً فى الرأى العام حينما تتمكن من اقناع عدد كبير من الناس بوجهات نظرها . وهكذا فإن آراء الأقلية قد تصبح آراء للأغلبية ، وبالتالى تكون أساسا لبرنامج العمل الذى تتبناه الجماعة بشقيها . ومن هنا يصبح لرأى الأقلية ثقله واحترامه وسط الجماعة سواء وافقت عليه أو لم توافق [2] .

الفرق بين الرأى العام والرأى الشخصى والرأى الخاص : -

وهنا يجب التمييز دائما بين الرأى العام والرأى الشخصى وكذلك الرأى

---

(١) Blumer. Herbert : The Mass. The public and the the public opinion and communication by Bernard Berlson Morris Jonowtiz p. 48 .

(٢) Kuppuswamy, B. An Introduction to social psychology. p. 223.

الخاص . فالرأى الشخصى Personal opinion هو الذى يكونه الفرد لنفسه فى موضوع معين بعد تفكير فى هذا الموضوع ويجاهر به دون أن يخشى شيئا . أما الرأى الخاص Private opinion فهو هذا الجزء من الرأى الشخصى الذى لا يجاهر به الشخص أمام الناس ، ولكنه يحتفظ به لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر أو خشية فقدان صديق أو منصب . وقد يبوح به الشخص لبعض المقربين إليه الذين يكتمون سره . وتظهر أهمية هذا النوع من الرأى العام فى حالة الاقتراع السرى فى الانتخابات ويظهر هذا الرأى فى تقدير نتيجة الانتخابات ، أو الاقتراع حول قضية من القضايا [1] .

أنواع الرأى العام وتصنيفاته

يوجد الكثير من الاجتهادات حول تصنيف الرأى العام إلى أنواع معينة من هذه التصنيفات ذلك الذى عرضه الدكتور حامد ربيع وجاء فيه أن الرأى العام ينقسم إلى الأنواع الآتية : -

أولا : رأى عام وطنى أو قومى : -

ويرتبط هذا الرأى بالوطن أو الدولة الكائن بها هذا الرأى العام وتستند إليه السلطة القائمة ، ويتميز هذا الرأى بما يلى [2] :

١ - التجانس : أنه رغم الخلافات الداخلية التى تصل إلى حد الصراع الحزبى والتطاحن الحركى ، فإن الرأى العام الوطنى يملك جعبة من التراث والتقاليد فضلا عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة .

٢ - إمكان التنبؤ به وبأبعاده وردود فعله بفضل أجهزة الأبحاث الميدانية سواء أكانت أجهزة خاصة كما هو الحال فى الدول الغربية أم إدارات تنتمى إلى بعض المصالح كما هو الحال فى الدول الأخرى .

---

(١) أحمد أبو زيد . المصدر السابق . ص ٧٢ .

(٢) حامد ربيع . نظرية الدعاية السياسية . ص ١٣ .

٣ – معالجته للمشاكل القومية ، وبصفة عامة فإن المشاكل القومية تعينه ويندر أن يكون مضمونه هو إحدى المشاكل الدولية فى أغلب الأحيان ، وعندما يهتم بالمشاكل الدولية يكون رأيا عاما معينا ومصطنعا .

ثانياً : رأى عام محلى : –

ويقصد به نوعية معينة من نوعيات الرأى العام الوطنى . وبصفة خاصة عندما يكون الرأى العام متسعا يشمل الكثير من الفئات ، والرأى العام المحلى يعكس جميع صفات الرأى العام القومى وبدرجة أكثر نوعية ، فهو يهتم بمشاكله المحلية ، ويدور فى أبعاد وتواترات ذاتية .

ثالثاً : رأى عام نوعى : –

ويقصد به اتجاهات الرأى العام التى تعبر عن قطاع معين من المجتمع ، وأحد هذه التطبيقات ذلك الاصطلاح الذى يستخدم الرأى العام الطبقى ، وظاهرة الرأى العام فى تلك اللحظة تعبر عن مصالح طبقية معينة كما هو الحال فى طبقة البروليتاريا فى المجتمعات الشيوعية .

رابعاً : الرأى العام المعادى : –

وهو الرأى العام الذى يقف موقف العداوة الصريحة من مجتمع آخر .

خامساً : الرأى العام الخارجى : –

ورغم أن هذه العبارة غامضة لا تشير إلى حقيقة واضحة ، إلا أنه من الممكن تحديد مدلولها كمرادف لعكس الرأى العام القومى أو الوطنى .

سادسا : الرأى العام العالمى : –

ويقصد به الاتجاهات التى تسيطر على أكثر من مجتمع واحد ، أو التى

تعكس توافقاً فى الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة .

وهناك تصنيفات أخرى للرأى العام سوف نقدمها فى عرض ملخص وهذه التصنيفات كما عرفها الباحثون [١] ، هى : -

أولا : التصنيف الزمنى ويضم : -

١ - **رأى عام يومى** : ويتأثر هذا النوع من الرأى العام بالحوادث اليومية ومجريات الأمور التى تحركها أجهزة الإعلام المختلفة ، والشائعات والمصالح المباشرة الناس ، وبعبارة موجزة فإن هذا النوع من الرأى العام عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا .

٢ - **رأى عام مؤقت** : وهذا النوع من الرأى محدد بعوامل زمنية ومكانية ، وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة . وينتهى أجل هذا النوع من الرأى إذا تغيرت إحدى هذه العوامل .

٣ - **رأى عام دائم** : وهذا النوع من الرأى أكثر رسوخا ، يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية ، ويمتاز هذا الرأى بأنه أكثر تأثيرا فى الناس كما أنه يمتاز بالاستقرار والثبات على مر العصور ويتخذ أشكال العادات والتقاليد .

ثانياً التصنيف الكيفى للرأى العام ويضم : -

١ - **رأى عام قائد** : ويمثل هذا النوع من الرأى صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء وهؤلاء نسبتهم ضئيلة فى المجتمع ، وهم الذين يقودونه ويقومون بتثقيفه وإرشاده وتوجيهه ، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام ولكنهم هم الذين يؤثرون فى هذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار .

---

(١) محمود فهمى : الفن الصحفى فى العالم . ص ٣١ ، وحسنين عبد القادر : الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . ص ٥٥ ، وعبد العزيز الغنام : مدخل إلى علم الصحافة ص ٢٧٣

٢ - **رأى عام منقاد** : وهو رأى السواد الأعظم من المجتمع من الأميين والذين نالوا حظا ضئيلا من التعليم والثقافة . ويتأثر هؤلاء بأجهزة الإعلام المختلفة من صحف وإذاعة وتليفزيون وعروض سينمائية إلى غير ذلك ، كما أنهم يتقبلون ما ينشر أو يذاع دون التفكير فيما يحتويه هذا النشر ، كما أنهم يتقبلون الشائعات ويكونون عرضة لحملات الدعاية والهمس .

٣ - **رأى عام مثقف** : ويمثل هذا الرأى المتعلمون فى المجتمع ، ويختلف حجم هذا النوع من الرأى باختلاف درجة التعليم فى كل مجتمع . وهؤلاء يؤثرون فيمن هم أقل منهم تعليما أو ثقافة ، ولكنهم يتأثرون أيضاً بوسائل الإعلام ، ولكن بنسب تتفاوت حسب مستوى الوعى والثقافة لديهم .

ثالثاً : التصنيف للرأى العام بحسب إمكان التعبير عنه ، ويضم : -

١ - **رأى عام كامن** : ويوجد هذا الرأى إذا كانت هناك مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف معين ، ولكن الناس رغم إحساسهم بهذه المشكلة فى أعماقهم فإن رأيهم لم يتحدد بوضوح حول هذه المشكلة ، ولم يتحول اتجاهم حيالها إلى سلوك إيجابى ، وهو بذلك لا يظهر إلا فى الحالات التى تتطلب عملا معينا ذا اتجاه معين ، فعندئذ يتحول إذا استجد موقف حاسم إلى رأى عام ظاهر حسب الظروف المحيطة بالجماعة .

٢ - **رأى عام ظاهر** : ويكون الرأى العام ظاهرا أو صريحا عندما يتم التعبير عما يعتمل فى النفوس حيث تتوافر الحرية ولا يخشى الناس التعبير عن آرائهم فى صراحة تامة .

رابعاً : التصنيف الكمى للرأى العام ، ويضم : -

١ - **رأى الأغلبية** ويمثل هذا الرأى ما يزيد على نصف حجم الجماعة ، وقد يتكون رأى الأغلبية أحيانا بالتضليل وحذف بعض الحقائق ، أو قد يتكون عن طريق الدعاية التى يقوم بها القادة والزعماء .

٢ - **رأى الأقلية** : وهو ما يقابل رأى الأغلبية ، ويمثل ما يقل عن نصف حجم الجماعة ، وقد يمثل هذا الرأى رأى الصفوة الممتازة فى المجتمع ، وقد يتحول هذا الرأى إلى رأى أغلبية ، كما قد يتحول رأى الأغلبية إلى رأى أقلية .

٣ - **الرأى الساحق** : وهو الرأى الذى يمثل الأكثرية الساحقة للجماعة حين تناقش قضية من القضايا ، ويصل كل أفراد الجماعة أو الأكثرية منهم إلى قرار معين ، وهذا الرأى شبيه بالإجماع وقد يكون رأيا جماعيا .

٤ - **الرأى الائتلافى** : ويتكون هذا الرأى من ائتلاف آراء بعض الأقليات فى أى مجتمع تحت ضغط ظرف معين تطلب هذا الائتلاف بغية الوصول إلى هدف بالذات . فإذا زالت الظروف العارضة التى يتطلبها هذا الائتلاف ذهب الرأى معها وانتهت مهمته .

خامسا : تصنيف الرأى العام من ناحية وجوده : -

١ - **رأى عام موجود بالفعل** : وهو الرأى العام القائم فعلا فى وقت من الأوقات ، ويظهر هذا الرأى فيما تكتبه الصحف ، وفيما يظهره الناس فى أحاديثهم ومناقشاتهم من تعليقات . فإذا فصلت إحدى الشركات مجموعة من العمال ، فإن ذلك قد يترتب عليه ظهور رأى عام بين العمال يستنكر موقف الإدارة من العمال المفصولين . وقد يتمثل هذا الرأى العام فى تعليقات العمال أو احتجاجاتهم وفى هذه الحالة يكون الرأى العام موجودا بالفعل ، وقائما بطريقة يمكن ملاحظاتها ملاحظة مباشرة أو غير مباشرة .

٢ - **رأى عام متوقع** : وهو الرأى العام الذى يتوقع ظهوره فى حادثة من الحوادث أو مشكلة من المشكلات التى تشغل بال الرأى العام . فإذا فصلت إحدى الشركات مجموعة من العمال وترتب على ذلك ظهور رأى عام معارض فإن الرأى العام فى هذه الحالة يكون موجودا بالفعل وأما إذ فرض وفكرت الشركة فى فصل مجموعة العمال وهى تعلم ما يمكن أن يترتب على هذا الفصل من معارضة

فإنه من المتوقع فى هذه الحالة حدوث رأى عام معارض لموقف الشركة ويسمى هذا الرأى العام بالرأى العام المتوقع وجوده .

الرأى العام والسخط العام والاتجاه العام [١]: -

وينبغى التفرقة بين هذه الأنواع الثلاثة .

١ - **فالرأى العام** : هو ما يصل إليه المجتمع الواعى بعد تقليب مختلف وجهات النظر والآراء المتعارضة .

٢ - **السخط العام** : وهو ما تصل إليه الجماهير بمجرد الإثارة والانفعال برجل واحد فقط ، أو فكرة واحدة فقط ، أو زاوية واحدة فقط لا تكاد تسمح لغيرها من زوايا النظر الأخرى أن تظهر إلى جانبها .

٣ - **الاتجاه العام** : وهو ما يكون نتيجة لاتفاق الجماهير على شئ معين يرون فيه صيانة لتقاليدهم ، أو دفاعا عن دينهم ، أو محافظة على تراثهم إلى غير ذلك .

ولا يقاس الوعى القومى فى بلد من البلدان إلا بالرأى العام ، ولا يمكن قياسه بالسخط العام إلا نادرا فى هذا البلد ، ذلك أن الناس فى حالة الرأى العام يتمتع كل مواطن بفرديته ، ويستطيع أن يظهر شخصيته ، وأن يظفر بالحرية الكافية لشرح وجهة نظره التى يقتنع بها . أما فى حالة السخط العام فتنعدم فى الناس فرديتهم ، وتكاد تنمحى وسط الزحام ، ويفكر الناس بالصور والخيالات ، ويكون المجال واسعا أمام الديماجوج من القادة والزعماء لكى يثيروا الجماعات ويستغلوا سذاجتها ، وانعدام الفردية بين أهلها .

كما يجب التمييز بين الرأى العام والعقائد ، فالعقائد كما يؤكد ماكدوجال ليست آراء ، ذلك أن العقائد هى ما نعرف أنها الحقيقة ، فى حين الآراء هى ما نظن أنها الحقيقية . والفارق كبير بين الاثنين ، ذلك أن الرأى العام كما أشرنا إلى

---

(١) عبد اللطيف حمزة . المدخل فى فن التحرير الصحفى . ص ٢٣ .

ذلك وكما أكد البيح فى تعريفه لابد أن يكون مثار جدل ، أما العقائد فإنه من الصعب الجدل والنقاش حولها [١] .

كما يجب التمييز بين الرأى العام والعادات والتقاليد ، ذلك أن العادات والتقاليد وإن كانت اتجاهات عقلية نفسية إلا أنها لاتعد رأيا عاما لأن هذه الاتجاهات ليست نحو مشكلة ما ، ذلك أن العادات ليست إلا إطارات للسلوك والاعتقاد للأفراد الكائنين فى جماعة من الجماعات بحيث لا يسمح للأفراد أن يخرجوا عليها أو أن يتصرفوا تصرفا يتنافى معها فهى تمثل قوالب للتفكير والعمل فى الجماعة ارتضاها المجتمع بعد تجارب مرت به بعد مرور زمن كاف [٢] .

والرأى العام يختلف عن انفعالات الجمهرة ، فالرأى العام يعتمد على اتصال الأشخاص روحيا وتقاربهم فى الآراء والاتجاهات والميول ، كما يعتمد على المنطق والاتزان وتقل فيه قوة الايحاء ، أما فى الجمهرة فتشتد قوة الايحاء نتيجة تقارب الأفراد فترة من الزمان واتصالهم ببعضهم اتصالا وثيقا . ونتيجة لأن الرأى العام يعتمد على أفكار وآراء وأحكام مشتركة نوقشت واتضحت فإنه أكثر بقاء واستقرارا من انفعالات الجماهير التى يحركها الحماس المؤقت فى مناسبة من المناسبات أو ظرف من الظروف .

واصطلاح الجمهرة أو الحشد يشير إلى مجموعة كبيرة من الناس تأتى من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية .. تتضمن هذه المجموعة أفرادا يختلفون فى مراكزهم ومهنهم وثقافاتهم وثرواتهم . كل فرد من أفراد هذا الحشد أو الجمهرة مجهول الهوية ولا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم المشورة أو الخبرة . فأفراد الجمهرة منفصلون بعضهم عن بعض ، ولا تتاح لهم الفرصة كى يختلطوا أو يتقاربوا ، كما أنهم غير منظمين على أن يعملوا كوحدة وبشكل فعال .

---

(١) Macdougal, Curtis : Understanding Public Opinion. op. cit. p. 19 .

(٢) فؤاد دياب . المصدر السابق . ص ١٠ .

عوامل تكوين الرأى العام

يتم تكوين الرأى العام نتيجة تفاعل عدة عوامل اجتماعية وسيكلوجية ، وهناك الكثير من العوامل التى تتدخل فى تكوين الرأى العام نذكر منها :

١ – الزعماء والسياسيون والمصلحون الاجتماعيون ومن على شاكلتهم .
٢ – المشكلات اليومية السياسية والاجتماعية والاقتصادية .
٣ – حملات الهمس والشائعات .
٤ – التربية والتعليم .
٥ – الدين .
٦ – التراث الحضارى للأمة ويشمل العادات والتقاليد والقيم المتوارثة والآداب الشائعة فى المجتمع .
٧ – الأوضاع القائمة للدولة سياسية واجتماعية واقتصادية .
٨ – الأوضاع الدولية القائمة .
٩ – الإعلام والدعاية .

والرأى العام لا يتأثر فقط بهذه العوامل ولكنه يؤثر فيها أيضا ، وهذه العوامل لا تعمل منفردة فى تكوين الرأى العام فى المجتمع ، وكل عامل من هذه العوامل جدير باهتمام الباحثين ، ودراسة أثره على الرأى العام المحلى أو القومى أو الدولى أو غيره من أنواع الرأى العام التى تعرضنا لها . والمكتبة العربية فى أمس الحاجة إلى مثل هذه الدراسات .

ولكن الدراسة التى نحن بصددها الآن تتناول العامل الأخير فقط وهو الإعلام وأثره فى الرأى العام ، وقد تعرضنا فى الباب السابق بشئ من التفصيل إلى تعريف العملية الإعلامية بعناصرها الخمسة من وجهة نظر هارولد لازويل . كما قمنا بتحديد المعنى الدقيق للإعلام ووجوه الشبه والإختلاف بينه وبين فنون الإتصال الأخرى كالدعاية والتربية والتعليم والإعلان والعلاقات العامة ، كما تناولنا بالدراسة أيضاً مختلف وسائل

الإعلام سواء أكانت وسائل اتصال جماهيرى أم وسائل اتصال مواجهى . وقد تبين لنا من الدراسة أن الإعلام يقوم بتزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة والأخبار الصادقة والحقائق الواضحة والنتائج المبنية على الأرقام والإحصاءات . والإعلام الذى لا يستند على هذه الأسس لا يقوم على دعائم سليمة ، إذ لابد أن يرتكز العمل الإعلامى على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير بهدف الارتقاء بمستوى الرأى العام وتنويره وتثقيفه لا خداعه وتخديره .

العلاقة بين العمل الإعلامى وعملية تكوين الرأى العام : –

تؤكد الدراسات العلمية والحقائق العملية بما لا يدع مجالا للشك ، وجود علاقة إيجابية بين مدى تصديق رجل الإعلام ومدى زيادة فرص التعديل أو التغيير فى إتجاهات الرأى العام ، حيث إن درجة الثقة فى رجل الإعلام يترتب عليها – ضمن مجموعة من العوامل الأخرى – مدى نجاحه فى التأثير على الرأى العام .

وهنا يجب على رجل الإعلام أن يعرف خصائص كل وسيلة من الوسائل الإعلامية التى يستخدمها ؛ ومدى صلاحيتها لكل بيئة من البيئات ، ولكل مرحلة من المراحل التى تمر بها المجتمعات الإنسانية . ورجل الإعلام فى سبيل الوصول إلى هدفه يشقى كثيرا فى جمع المعلومات الصحيحة ؛ والحصول على الإحصاءات الدقيقة ، والحقائق التى تؤيد كلامه ، ليقنع بها الجمهور الذى يخاطبه . ويتوقف على مهارته وذكائه وحسن اختياره وحذقه ؛ مدى نجاحه فى التأثير على الرأى العام .

وأنه لكى ندرك عملية تكوين الرأى العام وتغيير إتجاهاته فإن هذا يتطلب ضرورة فهم مختلف وسائل الاتصال فى المجتمع الحديث الذى يتوافر فيه العديد من هذه الوسائل التى تهدف إلى التأثير فى الرأى العام وتعديل إتجاهاته . لأن دراسة هذه الوسائل تصبح ذات أهمية حيوية حيث لا يقتصر نشاط أجهزة الاتصال بالجماهير على المدن وحدها ، ولكن هذا النشاط يمتد ليشمل القرى

أيضا . وليس أدل على ذلك من قوة انتشار الإعلام الإذاعى (بشقيه المسموع والمرئى) أو الإعلام عن طريق قوافل السينما [١] .

ويكمن الخلاف بين المجتمعات الحديثة والقديمة فى مدى توافر هذه الوسائل وقوة تأثيرها . وفى الجماعات الأولية كانت المحادثات بين الناس والشائعات والأخبار التى تنتقل من شخص إلى آخر فى المجتمعات القديمة هى التى تلعب دورا رئيسيا فى تشكيل اتجاهات الجماهير ، ولازال هذا الحال كائنا فى كثير من المجتمعات الريفية إلى الآن [٢] .

وبعد ثورة التصنيع والتقدم الحضارى وإنشاء الحكومات المركزية تقدمت وسائل الاتصال بالجماهير وأصبحت تلعب دورا على درجة كبيرة من الأهمية فى حياة الشعوب [٣] .

ولتكوين الرأى العام المستنير نتيجة للإعلام الصادق فأنه لابد من دراسة الجماهير دراسة علمية وافية ودقيقة ، وإعداد المواد الإعلامية المناسبة لها فى الزمان والمكان والظروف التى تناسب هذه الجماهير . أما الرأى العام المصطنع فإنه لا يقوم على أساس من دراسة الرأى العام ، ولكنه يقوم على الدعاية الجوفاء التى تستند على الأكاذيب بهدف تخدير الجماهير وشل قوة التفكير فيهم وإيقاظ غرائزهم والعبث بها عن طريق القصص الخرافية والأكاذيب والخداع .

ولكن الحقيقة التى تقول أن معظم معلوماتنا نحصل عليها عن طريق وسائل الإعلام ، هذه الحقيقة لا تعنى أن هذه الوسائل مسئولة مسئولية كاملة عن تشكيل آرائنا نظرا لأن هناك عوامل وسيطة تتدخل فى تشكيل هذه الآراء ، وفى هذا الصدد يقول وليم ريفرز إن الإنسان يكيف تفكيره بما يمكنه من أن يرفض المعلومات التى لا تتفق مع نظرته للحياة ، ولقد ثبت فى كثير من الأحيان أنه من

---

(١) Kuppuswamy. B : An introduction to social psychology . op. cit. p.p. 241-242 .

(٢) Loc-cit.

(٣) Loc-cit.

المحتمل ألا يعرض الإنسان تفكيره إلا للمعلومات التى تدعم آراءه ولا تتعارض معها . وتسمى هذه العملية « بالتعرض الانتقائى » ، وقد وجد ولبور شرام ورتشارد كارتر فى أحد البحوث التى قاموا بإجرائها فى جامعة ستانفورد أن الجمهوريين فى الولايات المتحدة لا يقبلون إلا على مشاهدة البرامج التى يتبناها الحزب الجمهورى ، وكذلك الحال بالنسبة للديمقراطيين (١) .

وأن المرء يميل إلى إدراك ما يود أن يدركه فعلا مما يعرض عليه من مواد إعلامية وتسمى هذه العملية « بالإدراك الانتقائى » ، وقد أكد بعض علماء النفس هذه الحقيقة فى كثير من الأحيان حيث إنهم حين يشيرون إليها يؤكدون أن وجودها لا يختلف عن وجود الحقيقة التى أثبتها الرياضيون وهى أن ٢ + ٢ = ٤ (٢) .

ويقول ريفرز : « وفى النهاية فإن معظم الناس تتذكر المواد الإعلامية التى تدعم وجهات نظرهم ، ولكنهم يحاولون نسيان المعلومات التى تتعارض مع أرائهم وتسمى هذه العملية « التذكر الانتقائى » وهذه العملية تحدث دائما على نطاق واسع (٣) .

إلا أن هذه العمليات الانتقائية لا تنطبق ، بنفس الدرجة على الأقل فى المجتمعات الانتقالية ذلك أنه فى المجتمعات الغربية حيث يجد الأفراد أنفسهم فى ظروف مشبعة بوسائل الإعلام الجماهيرية مما يجعلهم يحاولون تجنب الضغوط الضخمة التى تفرضها تلك الوسائل المتنافسة لكى تلفت الأنظار إلى مضمونها ، فمن المستحيل على الفرد فى تلك المجتمعات أن يعرض نفسه على كل الوسائل المتاحة ، ولهذا ، وكوسيلة من وسائل الدفاع عن النفس يجب أن يطور المقدرة على تجاهل الكثير من الرسائل ، وأن يصبح المرء انتقائيا فى تعرضه . أما فى معظم الدول

---

(١) Rivers, William op-cit p.10.

(٢) Loc-cit.

(٣) Ibid.

الجديدة فالجو ليس مشبعا بالوسائل الإعلامية ، ووسائل الإعلام حديثة ومازالت تثير حب الاستطلاع ، فتستخدم وسائل الإعلام بها كأداة لنشر التغيير وليس التأييد أو تقوية الأنماط السائدة لأنها تساعد من ناحية على إحداث تغييرات سياسية ، علاوة على أنها تزيد من ثورة التطلعات أو الآمال التى تعمل على تغيير المجتمع بسرعة (١) .

ولكن وسائل الإعلام فى قيامها بتشكيل الرأى العام والتأثير فيه تختلف حسب أنظمة الحكم المختلفة نظرا لطبيعة الظروف التى تحكم عمل هذه الوسائل فى كل نظام ، ونظرة الدولة إلى هذه الوسائل ، ومدى ما تتمتع به من حرية فى تأدية وظيفتها .

ففى المجتمعات الشيوعية يقول اليكس انكلز Alex Inkles إن نظرية الحزب الشيوعى حول سياسة التعامل مع الرأى العام تتطلب تحديد مسئولية وسائل الإعلام ورقابتها وتركيزها فى يد الحزب الشيوعى ، والجهة المكلفة بتحقيق هذه الأهداف فى الاتحاد السوفيتى تسمى « مصلحة الدعاية والتوجيه Department of propaganda and Agitation وهى جزء من جهاز الحزب الشيوعى تديرها وتشرف عليها إشرافا مباشرا اللجنة المركزية للحزب الشيوعى . وأن رقابة الحزب الشيوعى على وسائل الإعلام تنبع من حقيقة أنه مكلف بالقيام بدور المعلم والمرشد والقائد وذلك بهدف القيام بالتأثير على اتجاهات الجماهير وكسبهم إلى جانبه . وقد تحدث لينين وستالين عن وضع الصحافة والإذاعة ووسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى كأدوات فى يد الحزب لتقوم بحلقة الاتصال بينه وبين الجماهير (٢) .

أما وضع وسائل الإعلام فى المجتمعات الغربية فإنه يختلف عنه فى المجتمعات الشيوعية . ويرجع ذلك إلى طبيعة النظام الاقتصادى والاجتماعى

---

(١) جيهان رشتى . نظم الإعلام . ج ١ ، الإعلام فى الدول النامية . ص ١٧٣ ، ١٧٤ .

(٢) Inkles, Alex : Public opinion in Soviet Russia.p. 22.

والسياسى فى هذه الدول وطبيعة ملكية هذه الوسائل حيث لا سلطان للحكومة على الصحف وغيرها من وسائل الإعلام الأخرى التى يملكها أفراد وهيئات . ولهذا فهى تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة دون رقابة عليها من أية جهة حكومية سوى السياسة التى تحكم عمل جهاز الإعلام نفسه . والجماهير فى هذه الدول حرة فى اختيار الصحيفة التى تتمشى مع رغباتها ، كما أنها حرة فى التعبير عن آرائها حتى وإن كانت مخالفة لرأى الدولة الرسمى ، إلا أن القوى الاقتصادية فى هذه الدول تتحكم فى كثير من وسائل الإعلام وتوجهها الوجهة التى تناسبها فى كثير من الأحيان ، ويأخذ هذا التحكم صورا عديدة مباشرة وغير مباشرة وذلك عن طريق ملكية مباشرة لهذه الصحف ، أو التحكم فى الإعلانات التى تمثل نسبة كبيرة من موارد هذه الأجهزة .

ويتفاوت الدور الذى تقوم به أجهزة الإعلام فى كل دولة ، ونوعية التأثير الذى تحدثه فى الرأى العام بها حسب النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى هذه الدول ، وقد تناول الدكتور عبد اللطيف حمزة دراسة نظم الإعلام المختلفة بشىء من الاستفاضة فى الكتاب الذى وضعه تحت عنوان « الإعلام تاريخه ونظرياته » وهو موضوع جدير أيضاً باهتمام الباحثين فى مصر والعالم العربى ، لأن التجارب التى مرت بها مختلف الدول تُسهم بشكل فعال فى تطوير نظم الإعلام عندنا وذلك عن طريق الاستفادة من هذه الخبرات والدراسات لخلق وإيجاد صيغة ملائمة لنظام إعلامى مناسب عندنا وإقامة جسر متين بينه وبين الرأى العام بمختلف أنواعه .

قوانين الرأى العام

قام هادلى كانتريل Hadley Cantril بدراسة ضمنها مجموعة من القوانين التى هى بمثابة ميول Tendencies[1] حدد هذا الباحث من خلالها السمات المميزة للرأى العام –

---

(١) حسن محمد خير الدين : مقدمة للعلوم السلوكية . ص ٦٤ .

وإن كانت هذه القوانين فى نظر بعض العلماء مجرد افتراضات يراد بها التعميم ، حيث إن كانتريل قد توصل إليها بعد البحث والاستقصاء فى المجتمع الأمريكى ، إلا أنها تمكن المشتغلين والخبراء فى حقل الإعلام والرأى العام ، وتضع أيديهم على مواطن الضعف والقوة فيهم ، وتمكن الخبراء من الوصول إلى الجذور المتشابكة للآراء الفردية الممتدة هنا وهناك ، ذلك إن رجال السياسة والإعلام يستثمرون تقلب الرأى العام وما يصيبه باستمرار من تغير وتحول . ويمكن أن نجمل هذه القوانين فى النقاط التالية :

١ – إن الرأى العام شديد الحساسية بالنسبة للحوادث الهامة .

٢ – إن الأحداث الاستثنائية قد تحول الرأى العام من النقيض إلى النقيض بصفة مؤقتة ، كما قد تحوله من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار حتى تتضح الأمور أمام الجماهير ، ذلك أن الرأى العام لا يصبح مستقرا حتى ينظر الناس إلى الأحداث بشئ من التعقل .

٣ – إن الرأى العام يتأثر بالأحداث أكثر من تأثره بالأقوال إلا إذا تم تفسير هذه الأقوال على أنها أحداث .

٤ – تصبح التصريحات الشفهية وبيان طرق العمل بالغة الأهمية عندما يكون الرأى العام غير متبلور ، وعندما يكون الجمهور قابلا للاستهواء ، باحثا عن بعض التفسير من مصدر موثوق به .

٥ – إن الرأى العام بصفة عامة لا يتوقع الحوادث الطارئة مقدما ، ولكنه يستجيب لها فقط من خلال رد الفعل .

٦ – يتقرر الرأى العام من الناحية النفسية على أسس من المصالح الذاتية ، وبالتالى فإنه إذا كانت المصلحة الذاتية قائمة فإنه من السهل تغيير الآراء أو تبديلها .

فالحوادث والأقوال أو أى دوافع أخرى تؤثر فقط فى الرأى بمقدار علاقتها بالمصلحة الذاتية الظاهرة للعيان . وبناء على ذلك يصبح من الصعب تغيير الآراء المبنية على أسس من المصالح الذاتية .

٧ – لا يبقى الرأى العام منفعلا لمدة طويلة إلا إذا شعر الناس أن المسألة تتعلق بمصالحهم الذاتية بشكل واضح جدا ، أو إذا كانت الاستثارة القائمة تسندها الحوادث الجارية ، أو إذا أيدت الحوادث الأقوال .

٨ – عندما تثار المصلحة الذاتية يحتمل أن يتقدم الرأى العام فى المجتمع الديمقراطى السياسة الرسمية ويسبقها .

٩ – إن الحقيقة الواقعية تميل إلى جذب الرأى العام فى صفها بالرضا والقبول عندما يكون الرأى العام مؤيدا بأغلبية بسيطة ولم يتم بناؤه بناء صلبا ، أو عندما يكون الرأى العام غير متبلور تبلورا كاملا .

١٠ – يصبح الناس ابان الأزمات شديدى الحساسية بالنسبة لكفاية زعمائهم ، فإذا وثقوا فيهم أصبحوا مستعدين لاعطائهم مسئولية فوق العادة ، حيث يكونون أقل معارضة للقرارات الحاسمة التى يتخذها زعماؤهم ، فهم يريدون أن يوافقوا عليها أكثر مما يريدون تحمل المسئولية عنهم ، وإذا فقدوا الثقة فى زعمائهم قل نشاطهم .

١١ – الناس أقل معارضة فى تقبل القرارات الخطيرة التى يتخذها زعماؤهم إذا كانوا يشعرون أنهم قد أسهموا معهم وشاركوهم فى اتخاذ هذه القرارات ، أو أن لهم يدا فى الأمر .

١٢ – يبدى الناس آراء أكثر ، ويتمكنون من تكوين آراء بسهولة أكثر بالنسبة للأهداف ، عنها فى حالة اختيار الطرق المؤدية لتحقيق الأهداف ، وبعبارة أخرى ما أسهل على الناس أن يحددوا الأهداف وأن يبدوا فيها آراءهم ولكن ما

أصعب عليهم أن يبينوا الوسائل اللازمة للوصول إليها وتحقيقها .

١٣ – الرأى العام – شأنه فى ذلك شأن الرأى الفردى – قد تلونه الرغبة أو الهوى ، وعندما يكون الرأى العام فى مجمله مبنيا أساسا على الرغبة والهوى أكثر من بنائه على المعلومات ، فإنه يحتمل أن يتغير تغيرا شديدا مع الحوادث ويتخذ موقفا متطرفا بالنسبة لها .

١٤ – إذا تم تزويد الناس فى المجتمع الديمقراطى بالمعلومات الصحيحة وفرص التعليم ؛ والوقوف دائما على الحقائق ؛ فإن الرأى العام يصبح أكثر تعقلا وصلابة . وكلما زاد وعى الناس ومعرفتهم وثقافتهم ؛ وإحاطتهم علما بمجريات الأمور فإنهم يقفون دائما موقف المعارضة للأحداث والمقترحات بسبب مصالحهم الذاتية ، وهم أكثر استعدادا للموافقة على الآراء الموضوعية التى يبديها الخبراء والاخصائيون .

وظائف الرأى العام

حدد الباحثون أربع وظائف أساسية للرأى العام سوف نذكرها بشكل مجمل . وحيث إن الرأى العام هو غرس ديمقراطى بطبعه فهو بمثابة الارادة التى تحكم المجتمعات الديمقراطية (١) .

ومعنى هذا أن الرأى العام لا يستطيع أن يعمل ويؤدى وظائفه إلا فى مناخ ديمقراطى كما أن الديمقراطية بدورها تستطيع أن تؤدى وظيفتها بالقدر الذى يتكون به الرأى العام بحرية ، فيتم التعبير عنه تعبيرا صادقا فإذا كان الناس أحرارا فى التعبير عن آرائهم بعد الوقوف على جميع الحقائق المتعلقة بالقضايا ذات النفع

---

(١) ELDON Ray and Donald Herbert . public opinion . p 4 .

العام ، وبعد أن يولوا هذه الحقائق كل الاعتبار ، فحينئذ تستطيع الديمقراطية أن تزدهر .

ويستطيع الرأى العام فى المجتمعات الديمقراطية أن يأخذ على عاتقه أداء الوظائف التالية . (١)

١ – يصدق على القوانين : لأنه بدون مساعدته وتأييده للقوانين تصبح حبرا على ورق أو حروفا ميتة لا حياة فيها ، والرأى العام هو الذى يصنع القوانين للأمم والجماعات ، فليست القوانين – فى الديمقراطيات الحديثة – إلا تعبيرا عن رغبات الرأى العام ، وضمانا للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التى يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها والمحافظة عليها. والرأى العام هنا يتمثل فى البرلمانات والمجالس الشعبية التى تنتخب الجماهير أعضاءها انتخابا حرا لينوب عنها فى أمور التشريع ، كما يقوم بمراقبة أعمال السلطة التنفيذية .

أما القوانين التى تفرض على الناس أو تسن أولا ثم ينتظر الحصول على موافقة الجماعة أو رضاها ، ثم يطلب من الرأى العام التصديق عليها أو يجبر على قبولها فهى قوانين لا يكتب لها البقاء لأنها تزول بزوال الضغط أو الارهاب أو القوة . وأن الناس لابد متذمرون منها ولا يقبلون بقاءها حتى ولو كانت معدة لصالح الناس لأن هذه القوانين ينطبق عليها المثل القائل بأنها « الوسيلة الخاطئة لعمل الشئ الصحيح » .

ولما كانت مصادقة الرأى العام على القوانين لازمة دائما فى الدول الديمقراطية فقد اشترطت فى دساتيرها ضرورة عرض القوانين التى تصدرها الهيئة التنفيذية فى غيبة البرلمان على الهيئة التشريعية فى أول دورة مقبلة ، فإن وافقت عليها استمر العمل بها وإن لم توافق عليها أصبحت كأن لم تكن أى ملغاة ، بل أن تلك الدساتير

---

(١) حسنين عبد القادر : الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . المصدر السابق . ص ٦٨ .

الديمقراطية تشترط دعوة البرلمان فوراً إذا كان فى عطلة لعرض القوانين التى تعدها السلطة التنفيذية ولها صفة الاستعجال . وهذا كله يؤكد أن الرأى العام هو مصدر القوانين فى الدول الديمقراطية .

أما فى الدول الدكتاتورية أو الاستبدادية – حتى وإن سمت نفسها دولا ديمقراطية – فإن القوانين تفرض بالقوة والتهديد ويتجاهل الدكتاتوريون أو المستبدون اتجاهات الرأى العام ، ولا يسمحون بوجود رأى عام حر سليم ، حيث لا توجد هيئة تشريعية بالمعنى الصحيح لهذه الكلمة وإنما توجد جمعية قد اختارت السلطة التنفيذية أعضاءها ولا يملك هؤلاء سوى الموافقة على ما تقره السلطة التنفيذية .

إلا أن هناك نقطة ضعف شديدة فى النظام الديمقراطى ، فيحتمل أن تكون الأغلبية التى تسن القوانين منساقة وراء فئة قليلة من القادة ذوى التأثير الكبير على الجمهور وتكون هذه مدفوعة إلى الموافقة على تلك القوانين . كما أن أغلبية أعضاء الحزب فى النظام الحزبى ينقادون إلى زعيمهم ، وإلى طائفة قليلة العدد من الأعضاء البارزين .

وثمة فرق حيوى بين القانون والرأى العام ، وهو أن الأول يتسم بالصرامة والصلابة والجمود ولا يتأثر بالعاطفة ، بينما يستجيب الرأى العام لنداء العاطفة ويحكمها فى كثير من القضايا أكثر مما يحكم عقله خلافا لما يجرى عليه القانون .

٢ – الرأى العام سند للهيئات والمؤسسات : إنه بدون مساندة الرأى العام للهيئات الاجتماعية وتحبيذه لأعمالها فى ظل الديمقراطية فإن تلك الهيئات يكون نشاطها محدودا جدا إن لم يتوقف تماما ، فإذا أرادت مؤسسة عامة أو خاصة أن تؤدى وظيفتها باسم الديمقراطية فإذا يجب أن تحظى بقدر من النية الطيبة والرضا العام . والمنشأة الخاصة التى يعوزها الدعم المالى والتى تحتاج إلى اعتمادات سنوية فى مسيس الحاجة إلى وقوف الرأى العام فى صفها . إذ أنه يكاد يكون من المستحيل الحصول على المبالغ المطلوبة بدون النية الطيبة من جانب الرأى العام .

والحق أن قوة الرأى العام تقف دائما وراء النجاح الذى تحرزه أية هيئة فى نشاطها،وينبغى لمختلف الهيئات ثقافية كانت أو اقتصادية أو دينية أو تعليمية أو قضائية أن تحرص دائما على سمعتها لأنه إذا أصابها ضرر فى سمعتها فإنها تجد صعوبات كثيرة فى كسب الرأى العام .

٣ – الرأى العام يرعى المثل الاجتماعية والخلقية : يقوم الرأى العام إلى جانب القوة والعادات والتقاليد والعقل – بصنع المثل الاجتماعية ذلك أن الرأى العام هو أقوى سند للأخلاق نظرا لضخامة كتلة الجماهير فهو شئ جار وموجود دائما ويعمل فى نفس المكان الذى تنتهك فيه حرمة الأخلاق . وهو لا يستمع إلى أية حجج بل يقر العقوبة فى الحال ، ولا يسمح بأى تأخير أو تباطؤ فى توقيع الجزاء . ويبدى اجلاله أو تحقيره فى التو واللحظة . والتعظيم واللوم هما اللغة التى يدمغ بها الرأى العام السلوك ، ويعلن المثل الخلقية ، وهما اللذان يرفعان أو يحطان من قدر المرء وشخصيته . والرأى العام يصنع الأخلاق عن طريق دعوته فى الحال وتأثيره على الشخصية نفسها .

٤ – الرأى العام ينفخ فى الروح المعنوية لأفراد الجماعة ويملؤها حيوية : تعرف الروح المعنوية بأنها اهتمام أفراد الجماعة وحماستهم ، والرأى المحبب إلى النفوس الذى يعتنقه أفراد أية جماعة عن القيم السائدة هو الذى يخلق الروح المعنوية .

وأول خطر على الروح المعنوية هو التطرف ، وانقسام الرأى العام إلى رأيين متخاصميين فى عنف شديد ، وجعل المصالح الشخصية فوق المصلحة العامة .

والخطر الثانى هو تنازع المالكين لخيرات البلاد حينما تزول الطبقة المتوسطة التى تحفظ توازن المجتمع ، وتقف حائلا بين اعتداء الطبقة الدنيا على الطبقة العليا أو العكس ، ولهذا فإنه من الخير أن تعمل الدول الديمقراطية على تأمين المصالح الاقتصادية لجميع الطبقات ، وتقسيم خيرات البلاد بينها قسمة عادلة بقدر الامكان وتقريب المسافات بينها ، وبث روح التعاون والتضامن الاجتماعى بينها جميعا ضمانا

لوجود روح معنوية عالية . إذ أن الأمة التى توجد بها طبقتان فقط احداهما ثرية ثراء فاحشا ، والأخرى فقيرة فقرا مدقعا لا ينتظر لها أن تتحد وتقوى روحها المعنوية حتى فى ساعة الخطر .

إن رفع الروح المعنوية يعتبر وسيلة نحو زيادة الانتاج ورفع مستوى المعيشة . والروح المعنوية تعبير يتردد على الألسنة فى أكثر من مناسبة . ولكن ما هى الروح المعنوية وكيف نحددها ونقيسها ارتفاعا أو انخفاضا ؟ ... وكيف نعمل على رفع الروح المعنوية للجماعات والشعوب ؟ ... وقد اختلف الكتاب والدارسون اختلافا كبيرا حول تحديد معنى موحد لتعبير الروح المعنوية . وقد عرفها الدكتور على السلمى بأنها « مدى شعور الأفراد بقدرتهم على اشباع حاجاتهم من خلال عملهم الحالى ، « وتحدد الحاجات الانسانية فى الفئات الآتية : [١]

١ – الحاجات الأولية : مأكل ، مأوى ، ملبس ، أمان ، استقرار .
٢ – الحاجات الاجتماعية : الصداقة ، الانتماء ، مساعدة الآخرين .
٣ – الحاجات الذاتية : التقدم ، الطموح ، كسب احترام النفس والآخرين .

إن تحديدنا للروح المعنوية بكونها درجة الشعور لاشباع الحاجات المختلفة يساعد على تحديد وسائل قياس الروح المعنوية بهدف وضع السياسات الهادفة إلى رفعها .

أهمية قياس الرأى العام

لقد أصبحت بحوث الرأى العام بمثابة المصابيح التى تهتدى بها الحكومات فى الدول المتحضرة لمعرفة اتجاهات الجماهير ، وتحتل البيانات التى تحصل عليها أجهزة قياس الرأى العام أهمية بالغة للحكومات لكى تسترشد بها فى معرفة ما يدور فى أذهان الجماهير ، وما هى آمالهم وردود الفعل المختلفة تجاه المشروعات

---

(١) على السلمى : مقدمة فى العلوم السلوكية . ص ١٨٣ .

الحكومية فى مختلف الميادين ، ولماذا تفكر جماعات معينة بالطريقة التى تفكر بها ، فى وقت بعينه ، وفى مكان معين ، وتحت ظرف معين ، وتقوم الحكومات فى ضوء هذه الدراسات بإعداد خططها بما يتمشى مع اتجاهات الرأى العام ، كما تقوم بسن القوانين واللوائح واتخاذ القرارات المناسبة التى تمس مصالح الجماهير حتى لا تعمل الحكومات فى اتجاهات مضادة لاتجاهات الرأى العام ، وحتى يقف الرأى العام أيضاً موقفا مؤيدا لها متعاونا معها فى المشروعات التى تعدها ، وحتى يكون هذا الرأى العام سندا للهيئات والمؤسسات الحكومية . وإذا كان قياس الرأى العام يمثل هذه الأهمية للحكومات ، فإن أهميته تزداد بالنسبة لأجهزة الإعلام التى تنطق باسم الحكومة وتعبر عنها ، ذلك أن الرأى العام هو المجال الحيوى الذى تعمل فيه هذه الأجهزة ، وبدون دراسة علمية دقيقة للرأى العام فإن هذه الأجهزة الإعلامية الحكومية ستعمل فى فراغ ولن تجد من يسمع لها أو يهتم بها . أما الاعتماد على الاجتهادات الشخصية فى معرفة الرأى العام فإن نتائجها غير مضمونة وقد تكون مضللة .

ومما لا يدع مجالا للشك ، أن الرأى العام هو المجال الخصب الذى تعمل فيه أجهزة الإعلام المختلفة وذلك لإثارة اهتمامه والتأثير فيه ، وهكذا يتضح أن هناك علاقة وثيقة بين هذه الأجهزة وعملية ترشيد الرأى العام ، وتتحدد هذه العلاقة فى المراحل الآتية (١) : –

١ – الدراسة العلمية لاتجاهات الرأى العام ، فينبغى فهم ومراعاة اتجاهات الجمهور ، وتفسيراته للأحداث والوقائع الاجتماعية والمناشط السياسية والاقتصادية .

٢ – رسم البرامج الاعلامية المناسبة لاتجاهات الرأى العام وتوجيهها بشكل يحقق الإقناع للجمهور المراد الوصول إليه .

---

(١) أحمد الخشاب . الإجتماع التربوى والإرشاد الاجتماعى . ص ٦٧٢ .

٣ - اختيار أنسب الوسائل لتحقيق الأهداف الجزئية . فقد تفيد الإذاعة مثلا كجهاز إعلام فى تحقيق هدف بينما يخفق التليفزيون أو السينما فى تحقيق هذا الهدف .

وتستوى أهمية قياس الرأى العام لدى أنظمة الحكم المختلفة الديمقراطية منها الديكتاتورية ، فإن آراء الناس وأفعالهم فى المجتمعات الديمقراطية تهدف إلى إشراك الناس فى العملية الإدارية ، كما تهتم الحكومات فى الدول الديكتاتورية بمعرفة مشاعر رعاياها وأعمالهم وأنشطتهم ، لأن خلق الرضا عن الحكام قد يتم عن طريق قوانين وإجراءات بوليسية ، ولكن هذا الرضا المفروض بالقوة يصعب على أى حال الاحتفاظ به فى الظروف المعاصرة (١) .

وعملية استطلاع الرأى العام لا يجب أن تتوقف فى أى مرحلة من المراحل التى يمر بها الوطن ، لأن هذه العملية تكون عاصما من كثير من الأخطاء والمشكلات التى لا تتوقعها الحكومات ، وإلى جانب ذلك فإن إستمرار عملية قياس الرأى العام قد يبعث آراء خلاقة من داخل المجتمع ويحقق اللقاء المستمر بين الحكومة والرأى العام .

ويمكن عن طريق قياس اتجاهات الرأى العام تقويم استجابة الجماهير لمشروعات التوعية ، ومدى الإفادة من الحملات الإعلامية المختلفة فى مختلف القطاعات ، وبالتالى فإن دراسة الرأى العام تمكن رجال الإعلام والمسئوليين من تقويم فعالية الأجهزة الإعلامية ، وكذلك فإنه يمكن دراسة العناصر التى تجتذب أنظار الناس أو تستميل أسماعهم ، وفى الاستطاعة تقسيم فئات الناس من حيث قابلية الاستجابة ومداها بالنسبة لكل وسيلة إعلامية (٢) .

---

(١) عبد القادر حاتم . المصدر السابق . ص ٢٦٩ .
(٢) أحمد الخشاب . الإرشاد الاجتماعى . ص ١٣١ ، ١٣٢ .

وقـــد حدد دافيـــد كريـــتشى David Kretch ورتشارد كرتشفيلـــد Richard Cruchfield أهمية بحوث الرأى العام فى قيامها بتأدية الوظائف الآتية [1] : -

١ - الوظيفة الإعلامية : -

وذلك عن طريق إعلام المواطنين بآراء واتجاهات غيرهم من الناس . وتتفوق بحوث الرأى العام على وسائل الإعلام العادية مثل الإذاعة والتليفزيون والصحف فى هذا الصدد ، حيث تكون هذه الوسائل وغيرها فى كثير من الأحيان قاصرة عن كشف النقاب عن سوء الفهم فى كثير من الأمور ، وذلك حين لا تستطيع تقديم صورة صادقة عن أفكار الناس وما يدور بأذهانهم حيث إنها تركز اهتمامها على نوعيات معينة من الناس ، وكثيرا ما تتميز فى تناولها لقضايا معينة تخص بها فئة من الناس . وتلعب بحوث الرأى العام دورا إيجابيا فى تصحيح هذه المواقف وذلك عن طريق إذاعة نتائج هذه الدراسات باختيار عينة صحيحة ، وإجراء الدراسات العلمية السليمة .

٢ - خلق قيادة ديمقراطية : -

تكمن أهمية بحوث الرأى العام فى مساهمتها فى إبقاء قادة الوطن وكذلك القادة فى مختلف التنظيمات والأجهزة على صلة وثيقة بالشعب ، ولا يمكن أن تظل القيادة الديمقراطية دون أن تكون على صلة وثيقة بآراء الشعب واتجاهاته .

٣ - مساعدة الإدارة الحكومية : -

وليس من شك فى أن بحوث الرأى العام تضع الطريق أمام الإدارة الحكومية فى كافة القطاعات للمساهمة فى حل مشاكلها وذلك عن طريق تقويم المشروعات الحكومية المختلفة ، ويتضح هذا بصورة جلية قبل الحروب وأثنائها عن طريق إجراء سلسلة من الدراسات .

---

(١) Kerch. David and Grutchfield. Theory and Problems of Social Psychology. p.p. 306-308.

٤ - خلق التفاهم الدولى : -

وذلك بتقديم صورة صحيحة صادقة عن الشعب إلى الشعوب الأخرى ، مما ينتج عنها إقامة العلاقات بين مختلف الشعوب على أسس سليمة وأمينة .

مساوئ بحوث الرأى العام [١] : -

إنه رغم الأهمية الكبيرة لبحوث الرأى العام إلا أن هناك أضرارا جسيمة تنجم عن هذه البحوث قد لا تقل فى خطورتها عن أهمية إجراء هذه البحوث . وتكمن هذه الأضرار فى عنصرين : -

١ - تضليل الرأى العام : -

وذلك حين تستخدم الجماعات المغرضة وبعض رجال الدعاية هذه البحوث كأداة للدعاية المضادة ، وليس للإعلام الهادف ، وذلك عن طريق استغلال الجوانب غير المضيئة فى نتائج هذه البحوث ، أو بتزييف بعض النتائج لتحقيق أهداف خاصة بها . ولهذا يجب أن يتصف القائمون على بحوث الرأى العام بالحذر والحيطة والأمانة والإنصاف فى عملهم .

٢ - إضعاف القيادة : -

وذلك حين يسرف بعض القادة الديمقراطيين فى الاعتماد الكامل على بحوث الرأى العام ، وقد يحولهم هذا الوضع إلى تابعين للشعوب أكثر من كونهم قادة يقودون هذه الشعوب . وفى هذا يقول Cartright إنه حقيقة أننا نتطلب حكومات تمثل الأغلبية ، ولكننا نحتاج إلى رجال يقودون الرأى العام فى الوقت الذى يتبعونه أيضا ، ورجال قادرين على إحداث التغيير وإيجاد الحلول الجديدة للمشاكل القائمة .

---

(١) Ibid. p. 309.

مراحل استقصاء الرأى العام (١) : –

تتلخص مراحل استقصاء الرأى العام فى النقاط الآتية : –

١ – تحديد واضح للمشكلة المطلوب دراستها ، والفروض المطلوب التأكد منها وأهداف الدراسة .

٢ – وضع خطة للدراسة وتحديد العينة لهذه الدراسة .

٣ – إعداد استمارة الاستبيان أو المقابلة .

٤ – إجراء اختبار على استمارة الاستبيان أو المقابلة وإجراء دراسة استكشافية Pilot study لمجتمع البحث .

٥ – إجراء العمل الميدانى .

٦ – ترميز المعلومات وتفريغها وإعداد الجداول .

٧ – تحليل البيانات .

٨ – إعداد التقرير النهائى .

وتتطلب عملية استطلاع الرأى العام دائماً إعداد العدد اللازم من الأفراد الذين تتوافر فيهم الاشتراطات اللازمة للقيام بهذا العمل ، والذين تتوافر فيهم الكفايات العلمية والعملية ، هذا علاوة على القدرات الذاتية ، ذلك أن عملية قياس الرأى العام لا تعتمد فقط على الكفاءة العلمية ، ولكن لابد من توافر القدرات الخاصة إلى جانبها ، كما أنه لا يمكن الاعتماد على الكفاءات الشخصية دون أن تصقلها الكفاية العلمية اللازمة ، وهما مطلبان لازمان لمن يتصدى لهذا العمل الخطير .

وتوجه إلى طرق قياس الرأى العام الانتقادات الآتية (٢) : –

١ – أن استفتاءات الرأى العام تقيس الرأى العام الظاهر ، ولا تكشف

---

(١) Ibid. p. 313.

(٢) عبد الباسط محمد حسن . المصدر السابق . ص ٥٣٤ .

عن الآراء الحقيقية التى يخشى الأفراد أن يعبروا عنها تعبيرا صريحا واضحا لخوفهم من عدم إحاطة البيانات المعطاة بالسرية فيطلع عليها من يستطيع أن يلحق بهم الأذى . إلا أن هذه المشكلة ليست قاصرة على استفتاءات الرأى العام ، ولكنها مشكلة عامة تواجه جميع البحوث الميدانية ، ولعلاج هذه المشكلة ينبغى إثارة الوعى لدى المبحوثين ، واختيار جامعى البيانات من بين الأفراد المدربين تدريباً كافيا والذين يسهل عليهم الاتصال بالجمهور وكسب ثقته ،كما ينبغى الاهتمام بأسئلة الاختبار والمراجعة للتأكد من صحة البيانات وصدقها .

٢ – أن العينات التى تختار فى بحوث الرأى العام قد لا تكون صادقة فى تمثيلها للمجتمع المأخوذة منه ، إلا أن هذه المشكلة أيضاً ليست قاصرة على بحوث الرأى العام ، ولكنها مشكلة عامة يمكن أن تواجه الباحث فى مختلف الميادين الاجتماعية . ويمكن التغلب على هذه المشكلة إذا كان الباحث على دراية بالقواعد الأساسية فى اختيار العينات ، بما يمكنه من اختيار مفردات البحث على أساس علمى سليم ، وأن يحصل على نتائج دقيقة غير متحيزة .

٣ – أن استفتاءات الرأى العام تقيس الرأى الشخصى دون الرأى العام ؛ لأنها تعتمد على سؤال الأفراد كل على حده ؛ حيث إن الأفراد لو سئلوا عن آرائهم كل على حدة فإن آراءهم تختلف عنها فى حالة ما إذا سئلوا عن آرائهم وسط الجماعة . وإلى جانب هذا فإنه عند تصنيف الإستجابات وحساب النسب المئوية يتم تلخيص النتائج بصورة رقمية لا يتضح منها الفرق بين آراء القادة ذوى التأثير فى الجماعة وبين آراء بقية المبحوثين ، علما بأن رأى قائد الجماعة له وزنه واعتباره ، ولا ينبغى أن يوضع على قدم المساواة مع غيره من الآراء .

ويمكن التغلب على هذه الصعوبة بالاستعانة بالمقابلة الجمعية أثناء إجراء البحوث . وسوف تهيء هذا النوع من المقابلة للباحث فرصة الحصول على معلومات أوفر ، ويسمح للأفراد بالمساهمة فى المناقشة ، ويخلق تفاعلا فى الرأى يؤدى إلى ظهور رأى عام شبيه بالرأى العام السائد فى المجتمع .

الفصل الثالث

الأسس العلمية للإعلام الإسلامي

« أهمية الدين فى حياة المجتمع البشرى »

إن أبرز العوامل التى لعبت دورا حيويا فى حياة المجتمع البشرى منذ فجر التاريخ ومازال يمثل عاملا أساسيا فى حياة الشعوب ، وتشكيل الرأى العام بها ؛ هو عامل الدين فقد كان الإنسان دائب التفكير فى البحث عما وراء هذا الوجود ، يقلب وجهه فى السماء متدبرا هذا الكون .

ولم يوجد مجتمع من المجتمعات البشرية إلا وقام بناؤه الاجتماعى على معتقدات دينية خاصة منذ فجر الإنسانية ، ذلك أن الدين يمثل ضرورة اجتماعية لازمت الإنسانية منذ نشأتها الأولى (١) .

وهذه الدراسة ما هى إلا مجرد محاولة لوضع الأسس العلمية للإعلام فى الدين الإسلامى ، وتحديد الإطار الذى يعمل فى نطاقه الإعلام الإسلامى وذلك من خلال النقاط التالية : –

١ – مفهوم الإعلام الإسلامى .

٢ – مكانة الإعلام فى الإسلام ، والأهمية التى يحتلها العمل الإعلامى فى هذا الصدد .

٣ – مكانة القرآن الكريم والحديث الشريف للإعلام الإسلامى .

٤ – موقف الإعلام الإسلامى من الجهاد فى سبيل الله .

٥ – رجال الإعلام الدينى أو دعاة الإسلام .

٦ – القصص غير القرآنى والإعلام الإسلامى .

٧ – التجمعات والشعائر الإسلامية كمجال حيوى للإعلام الإسلامى .

٨ – موقف الدعوة الإسلامية من الرأى العام ، وتشتمل على مفهوم الرأى العام وأهميته وفئاته من منظور إسلامى .

---

(١) عبد الله الخريجى . علم الاجتماع المعاصر . ص ٥٨ .

مفهوم الإعلام الإسلامى

يتحدد مفهوم الإعلام الإسلامى من خلال التعريف المحدد للإعلام الذى أعده العلامة الألمانى أتوجروت وهو « التعبير الموضوعى عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم فى نفس الوقت » ، وذلك عن طريق تزويد هذه الجماهير بالحقائق والمعلومات الصحيحة والثابتة والأخبار الصادقة التى تساعدهم على تكوين رأى عام صائب فى واقعة من الوقائع أو حادثة من الحوادث ، أو مشكلة من المشكلات .

وسوف نعرض لمفهوم الإعلام الإسلامى من خلال تناولنا للنموذج الاتصالى الذى أعده هارولد لازويل ، وسبق أن عرضنا له فى الفصل الأول من هذا الكتاب كما سوف نعمل على دراسة أبعاد العملية الإعلامية الإسلامية ، ونقدم تعريفا للإعلام الإسلامى من خلال هذا النموذج الشهير بين نماذج الاتصال .

وإذا تمعنا فى أبعاد العملية الإعلامية الإسلامية من خلال العناصر الخمسة لهذا النموذج وهى المرسل ، والرسالة والمستقبل ، والوسيلة ، والأثر سوف تتضح لنا الحقائق التالية : —

العنصر الأول : المرسل : —

قد يكون المرسل فى الإعلام الإسلامى هو أحد المتخصصين فى حقل الدعوة الإسلامية ؛ وقد يكون غير متخصص فى هذا المجال . وفى كلتا الحالتين فإن مرسل الرسالة الإعلامية الإسلامية يجب أن يتوافر لديه خلفية واسعة فى الموضوع الذى يعالجه سواء أكان تفسيرا لآية ، أم شرحا لحديث نبوى ، أم فتوى يصدرها ، أم رأيا يدلى به . ذلك أن الدعوة إلى الله لا يشترط أن ينفرد بها رجال الدين المتخصصون وحدهم ، ويقتصر مجالها عليهم فقط ، بل يكاد يمتد نشاط هذه الدعوة ليشمل المسلمين جميعا ، وقد أبرز القرآن الكريم هذه الحقيقة بكل وضوح فى سورة آل عمران بقوله تعالى : « كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون

بالمعروف وتنهون عن المنكر » . إلا إنه ليس من الإسلام فى شئ أن يعلم المرء بما لا يعلم ، ولا يجيد معرفته ، ففاقد الشئ لا يعطيه ومن هذا المنطلق يمكن تعريف مرسل الرسالة الإعلامية الإسلامية بأنه « المسلم العاقل الذى يقوم بإعلام الرأى العام بما يعلمه ويجيد معرفته من المعارف الدينية ؛ والعمل على التأثير فيه والحصول على استجابته » .

العنصر الثانى : الرسالة الإعلامية : –

الرسالة الإعلامية الإسلامية قد تكون رسالة دينية بحتة واضحة المقصد بصورة مباشرة كالحث على أداء العبادات الإسلامية ، وتفسير آيات القرآن الكريم ، والأحاديث النبوية . وقد تكون رسالة عامة تفسر آخر الأنباء السياسية والاقتصادية وتعالج أحدث القضايا المعاصرة ولكنها تتناول هذه الأمور من منظور دينى .

وتبرز هذه الحقيقة انطلاقا من النظرة الشمولية للدين الإسلامى الذى جاء شاملا جامعا لحياة المسلمين فى شتى المجالات ، فلم يترك صغيرة ولا كبيرة فى حياتهم إلا وتطرق إليها ، إبتداء من وضع أصول الحياة الأسرية ؛ إلى إعداد الجيوش ومقاومة الأعداء ، إلى تنظيم اقتصاديات المسلمين ..إلخ .
وذلك مصداقا لقول الحق عز وجل : « ونزلنا عليك الكتاب تبيانا لكل شئ وهدى ورحمة وبشرى للمسلمين » .

إلا أن الرسالة الإعلامية الدينية حين تعالج الشئون العامة للمسلمين فإنها تتناول هذه الشئون من وجهة نظر إسلامية وتفسرها التفسير الدينى ، وتلبسها ثوب الإسلام ولا تحكم عليها إلا بمقاييس دينية .

العنصر الثالث : وسيلة الإعلام : –

والوسيلة التى تحمل الرسالة الإعلامية الدينية هنا ، قد تكون وسيلة إعلامية دينية متخصصة لا تحمل سوى قضايا وموضوعات دينية فقط ، مثل خطبة الجمعة ، ودروس الوعظ والإرشاد ، وكذا المجلات الدينية المتخصصة ، ومحطة القرآن الكريم فى الإذاعة .

وقد تكون الوسيلة الإعلامية هنا وسيلة عامة .. والوسائل العامة لا يقتصر مجال عملها على الإعلام الدينى ، ولكنها تعالج مختلف الموضوعات والقضايا بما فيها الموضوعات والقضايا الدينية مثل محطات الإذاعة العامة ، وكبريات الصحف القومية ، ومحطات التليفزيون ... الخ .

العنصر الرابع : مستقبل الرسالة الإعلامية الدينية : —

وقد يكون مستقبل الرسالة الإعلامية الدينية قاصدا ومتعمدا لأن يعرض نفسه لهذه الرسالة ، وقد لا يكون كذلك . والنوع الأول يتمثل فى جماهير خطبة الجمعة والصحف الدينية المتخصصة ، ومستمع إذاعة القرآن الكريم ، أو الذى يحرص على متابعة البرامج والموضوعات والفقرات الدينية فى أوقاتها المحددة لها ، أو أنه يشترى صحيفة عامة بهدف قراءة الصحف الدينية بشكل أساسى ، أما المستقبل الآخر فهو الذى لا يقصد التعرض لرسالة اعلامية دينية ولا يفتح الراديو لسماع برنامج أو فقرة دينية ، ولا يشترى الصحيفة بهدف قراءة الصفحة الدينية ، ولكنه يتعرض للرسالة الإعلامية الدينية التى تحملها له إحدى هذه الوسائل بصورة عرضية أثناء قراءته لصحيفته العامة ، أو سماعه للراديو أو مشاهدته للتليفزيون .

العنصر الخامس : التأثير : —

التأثير هنا قد يستهدف التأثير الدينى البحت كتغيير السلوك نحو العادات مثل الإعلام بمناسك الحج ، وأصول صيام رمضان ، وموقف الإعلام من غير المسلمين ، وجزاء غير المزكين ، وثواب المجاهدين ... إلخ . وقد يكون تأثيرا دنيويا كتغير السلوك العام نحو مختلف القضايا والشئون الدنيوية التى تخدم أهداف الدعوة الإسلامية وذلك من منظور دينى ، حين نبذر بذور الصدق والوفاء والأمانة والإخلاص واحترام الكبير ، والعطف على الصغير ... إلخ .

تعريف الإعلام الإسلامى : -

من خلال هذا العرض لأبعاد العملية الإعلامية الإسلامية على ضوء نموذج لازويل نستطيع أن نقدم تعريفا للإعلام الإسلامى بأنه « تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامى ؛ المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ؛ بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة ، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة فى موضوع الرسالة التى يتناولها ، وذلك بغية تكوين رأى العام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته .

ومما يجدر ذكره أن للإسلام وجوها ثلاثة هى « العقيدة ، والعبادة ، والمعاملة » .

مكانة الإعلام فى الإسلام

على الرغم من أن الإعلام بأجهزته ووسائله ونظرياته وتقنياته الحديثة كان غير معروف وقت نزول الوحى على صاحب الرسالة (ص) ، إلا أنه بتطبيق المقاييس العلمية الحالية على الدور الملقى على عاتق الدعوة الإسلامية نستطيع أن نقول : إن الإعلام كان ولا يزال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية .

ولن نتجاوز الحقيقة إذا سمينا الأشياء بمسمياتها الصحيحة حين نقول : إن الدين الإسلامى دين دعوة .. والدعوة عمل إعلامى بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى فى أذهان أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال بالجماهير ، ذلك أن الدعوة ما هى إلا عمل إعلامى ، يخاطب العقل ويستند إلى المنطق والبرهان ، ويعمل على الكشف عن الحقيقة . وإذا استعرضنا التعريف العلمى للإعلام نجد أنه يكاد يكون متطابقا مع مفهوم الدعوة بمعناها الأصيل فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار

الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة بهدف تكوين رأى عام صائب فى واقعة من الوقائع أو حادثة من الحوادث أو مشكلة من المشكلات .

والدعوة بهذا المعنى تختلف عن الدعاية بمعناها الحديث بالرغم من أن الأصل اللغوى لكل منهما واحد . ذلك أن الدعاية تخاطب العواطف وتستند إلى الخيال ، وقد تعمل على تشويه الحقائق ، وقد اكتسبت الدعاية هذه المعانى والأوصاف السيئة بعد الحرب العالمية الثانية حين شوه هتلر معناها الأصيل فى حربه الدعائية ضد الحلفاء على يد وزير دعايته دكتور جوبلز ، وبدأت الدعاية بالتالى تأخذ مسارا آخر تختلف تماما عن المعانى الأصيلة لها .

ولكى تتضح لنا مكانة الإعلام فى الدين الإسلامى فإننا لن نذهب بعيدا لنؤكد هذه الحقيقة ، ولكنها ستبرز لنا من خلال استعراضنا للحقائق الإعلامية الحديثة ، والحقائق الدينية الثابتة التى تؤكد المكانة المرموقة والأهمية البارزة للعمل الإعلامى فى الإسلام وذلك بشئ من التفصيل ، ويمكن إجمال هذه الحقائق فيما يلى :

أولا : الحياة الإعلامية الحافلة التى عاشها رسول الإسلام محمد بن عبد الله ﷺ ، والداعى الأول لهذا الدين ، وحقق فى غضونها منجزات مذهلة فى حقل الدعوة الإسلامية استجابة لنداء ربه ، وتحقيقا للمهمة التى كلفه بها ، وهى مهمة إعلامية بالدرجة الأولى ، ولن نكون مبالغين فى القول إذا اعتبرنا أن رسول الإسلام ﷺ كان إلى جانب القوى الروحية التى إختصه الله بها ، عبقريا إعلاميا ، يتضاءل بجانبه جهابذة الإعلام فى العالم منذ بدء الخليقة إلى أن يرث الله الأرض وما عليها . إكتشف أهمية الإعلام لنشر دعوته ، ومارس العمل الإعلامى بفنونه المختلفة وأعد له الخطط العلمية الدقيقة بصورة أذهلت الخبراء والضاربين فى حقل الاتصال بالجماهير ، نهج فى دعوته منهجا إعلاميا خاصا ، ووضع لهذه الدعوة أصولا تحوى من الأفكار ما هى بمثابة كنوز لم يكشف النقاب عنها حتى الآن بشكل كاف . ذلك أن الحياة الإعلامية لصاحب الرسالة صلوات الله عليه

تعوزها جهود الباحثين المخلصين القادرين على عرض الحقائق من خلال البحوث العلمية المنهجية والأمينة .

فإذا كنا نعمل جاهدين على دراسة اكتشافات المفكرين المحدثين فى حقل الإعلام والاتصال بالجماهير ، فإنه يجب أن نشحذ الهمم ونشجع كل جهد يبذل وكل بحث يجرى لدراسة كل عمل إعلامى ، وأن نقف طويلا على كل خطوة خطاها الرسول ﷺ لتوسيع أو تعميق رقعة دعوته . ذلك أننا إذا أعطينا هذه الدراسات حقها فإننا سوف نخلص بحقائق تتضاءل إلى جانبها اكتشافات هؤلاء العلماء والخبراء المحدثين ، ولم نذهب بعيدا وأمامنا دائرة المعارف البريطانية تصوغ الجهود والمنجزات العملاقة التى حققها الرسول الكريم فى فترة زمنية وجيزة فقالت فى ذلك ما نصه [1] :

« لقد أنجز الرسول فى عشرين عاما من حياته ما عجزت عن انجازه قرون من جهود المصلحين اليهود والنصارى على الرغم من السلطة الزمنية التى كانت تساعد جهودهم ، وعلى الرغم من أنه كان أمام الرسول تراث أجيال من الوثنية والجهل والخرافات واضطهاد الضعفاء وكثرة الحروب بين القبائل ، ومئات من الشرور الأخرى » .

والسؤال الذى يفرض نفسه هنا هو كيف أنجز الرسول كل هذا فى هذا الزمن القياسى . ويجيبنا القرآن الكريم على هذا السؤال من واقع المهمة التى كلفه الله بها وهى مهمة إعلامية بالدرجة الأولى ، فقد حدد الله له هذه المهمة فى كلمات دقيقة واضحة لا تحتمل لبسا أو غموضا فى العديد من الآيات الكريمة ، فقال تعالى فى سورة الأحزاب : « يا أيها النبى إنا أرسلناك شاهدا ومبشرا ونذيرا وداعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا » [2] .

---

(١) حافظ محمود . الإعلام العربى والإعلام الصهيونى . ص ٥١ .

(٢) سورة الأحزاب : آية رقم (٤٥ ، ٤٦) .

وتؤكد هذه الآية أن الرسول ﷺ كان داعيا للإسلام ، فالدعوة إلى دين الله كانت مهمته الرئيسية التى كلفه بها الله ، ويحدد الله عز وجل مهمة الرسول ﷺ فى سورة المائدة بقوله : « فإن توليتم فأعلموا أنما على رسولنا البلاغ المبين (١) والله يعلم ما تبدون وما تكتمون (٢) . والبلاغ هنا هو الإخبار أو الإعلام برسالة الحق جلا وعلا . وقال عز وجل فى نفس السورة : « يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته » (٣) .. ويتضح لنا من هذه الآيات أن مهمة الرسول هنا قاصرة على إعلام الناس بالرسالة التى كلفه بها ربه ، ثم هو بعد ذلك غير مكلف بشئ أكثر من ذلك ، وغير مسئول عن هدايتهم ، ولم يطلب منه الله فرض دعوته على الغير يؤكد ذلك قول الحق تبارك وتعالى : « إنك لا تهدى من أحببت ولكن الله يهدى من يشاء » (٤) . أى أن مهمته مركزة فى التبليغ والدعوة فقط ، فقال تعالى فى سورة البقرة : « ليس عليك هداهم ولكن الله يهدى من يشاء » (٥) . وقال جل وعلا فى سورة الرعد : « فإنما عليك البلاغ وعلينا الحساب » (٦) ، وكذا قوله فى سورة المائدة : « فإن أعرضوا فما أرسلناك عليهم حفيظا إن عليك إلا البلاغ » (٧) .

وهذه الآيات تبرز لنا المهمة الإعلامية التى نيطت برسول الإسلام من واقع الأوصاف التى وصفه بها القرآن الكريم كداعية لله ، ومبلغ لرسالته ونذير وبشير للناس ، وكلها معان اشتمل عليها العمل الإعلامى . إلا أن الرسالة التى كلف بها رسوله ﷺ تتميز بأنها رسالة مقدسة جاءت من عند الله رب العالمين لم تتدخل فيها يد البشر أو حتى تشارك فى إعدادها بشكل أو بآخر .

---

(١) سورة المائدة : آية رقم (٩٢) .
(٢) سورة البقرة : آية رقم (٤٤) .
(٣) سورة المائدة : آية رقم (٦٧) .
(٤) سورة البقرة : آية رقم (٢٧) .
(٥) سورة البقرة : آية رقم (٢٧) .
(٦) سورة الرعد : آية رقم (٤٠) .
(٧) سورة الشورى : آية رقم (٤٨) .

فهل بعد استعراضنا لهذه الآيات الكريمة نستطيع أن نجادل فى أن المهمة التى حملها الرسول ﷺ على عاتقه كانت مهمة إعلامية بالدرجة الأولى ، تقوم على الإقناع وليس على الإكراه ، تعتمد على الكلمة الطيبة والدعوة بالحسنى . وما أكثر الآيات التى تحث الرسول على البعد عن الإكراه وإستبعاد العنف فى الدعوة للإسلام ، فالإسلام ليس بحاجة إلى هؤلاء الذين يدخلون هذا الدين دون إقتناع ورضا . قال تعالى فى سورة النحل : « ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن » (١) . وقال تعالى : « أنما أنت مذكر لست عليهم بمسيطر » (٢) . وقال جلت قدرته فى سورة البقرة : « لا إكراه فى الدين قد تبين الرشد من الغى » (٣) . وإذا كان الله قد كلف رسوله بالدعوة والتبليغ دون استخدام العنف ، أو إكراه أحد على دخول الإسلام ، فلا بديل إذن لنشر هذه الدعوة السمحة سوى الإعلام بالكلمة الطيبة والإبلاغ بالحقيقة الإلهية الخالدة . وهكذا نستطيع أن ندرك المكانة السامية والأهمية البالغة التى يحتلها الإعلام كأداة رئيسية لنشر دعوة الحق ؛ من خلال المهمة الإعلامية التى كلف الله بها نبيه من واقع ما ذكره القرآن ، ومن خلال الإنجاز الهائل الذى حققه الرسول فى هذا الصدد .

ثانياً : تتأكد لنا المكانة السامية التى يتبوؤها العمل الإعلامى فى الإسلام أيضاً إذا أدركنا أن المهمة الإعلامية لم تكن قاصرة على صاحب الرسالة وحده أو على الدعاة المتخصصين والمتفرغين لشئون الدعوة الإسلامية فقط ، ولكن هذه المهمة تمتد لتشمل المسلمين جميعا ، ذلك أن الله سبحانه وتعالى قد كلف بها كل مسلم عاقل .

والمقصود بالدعوة إلى الله ، الدعوة إلى دينه وإبلاغ رسالته إلى الناس كل فى نطاق الدائرة التى يتحرك فيها عملا ، وإقامة ، ونشاطا اجتماعيا .. إلخ فالإسلام إذن هو موضوع الدعوة وحقيقتها .

---

(١) سورة النحل : الآية رقم (١٢٥) .
(٢) سورة الفاشية : الآية رقم (٢١ ، ٢٢) .
(٣) سورة البقرة : الآية رقم (٢٥٦) .

والمسئولية الإعلامية فى الإسلام ما هى إلا عبادة كلف الله بها جميع المسلمين ، وهذه المسئولية لا تقل أهمية عن سائر العبادات الإسلامية الأخرى كالصوم وكالزكاة والحج على سبيل المثال ، بل أننا لن نجد فى القرآن الكريم من الحث على الصيام الذى هو ركن من أركان الإسلام مثلما نجد من الحث على الدعوة إلى الله ؛ والتذكير والعظة والإنذار بسوء العاقبة لمن يقعد عن القيام بهذا الواجب ؛ الذى من أجله بعث الله الرسل مبشرين ومنذرين لئلا يكون للناس على الله حجة بعد الرسل . بل إن المهمة الإعلامية هى التى ميز الله بها أمة الإسلام على سائر الأمم الأخرى ، وذلك انطلاقا من قوله عز وجل فى سورة آل عمران : « كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر » ولن يتأتى الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر إلا حينما يأخذ كل مسلم على عاتقه أداء المهمة الإعلامية التى كلفه بها ربه والتى تتمثل فى الدعوة إلى الله ، والتى فضل الله الذين يتصدرون لها ؛ وميزهم وقربهم إليه عمن سواهم ، وفى ذلك يقول سبحانه وتعالى فى سورة فصلت : « ومن أحسن قولا مما دعا إلى الله وعمل صالحا وقال إننى من المسلمين ، ولا تستوى الحسنة ولا السيئة ادفع بالتى هى أحسن فإذا الذى بينك وبينه عداوة كأنه ولى حميم ، وما يلقاها إلا الذين صبروا وما يلقاها إلا ذو حظ عظيم » (١) .

وهكذا يتضح لنا أن أمة الإسلام هى الأمة التى خصها الله بالدعوة إليه ؛ وجعلها بذلك تفوق جميع الأمم الأخرى ؛ وأصبح لزاما على المسلمين بعد ذلك ألا يفرطوا فى دعوة الحق ، وألا يتقاعسوا عن تحمل هذه المسئولية الإعلامية حتى لا يفقدوا مكانهم عند خالقهم بل وجب عليهم الاهتمام بالعمل الإعلامى وتعميمه ، وتربية أولادهم على هذا المنهج فإذا نجحت هذه الأمة فى تحقيق ذلك ، وأصبح كل مسلم يشعر بأنه ملزم بتقويم كل خطأ يقابله وتصحيح أى اعوجاج فى بيته أو عمله أو دائرة نشاطه وتحركه ، فإن فى ذلك صلاحا للمسلمين كافة وإنتصارا لأمتهم على سائر الأمم .

---

(١) سورة فصلت : آية رقم (٣٣ ، ٣٤ ، ٣٥) .

وقد أكد الرسول الكريم ﷺ أهمية تقويم المعوج والتصدى لأى منكر يراه المسلم فى حديثه النبوى الشريف الذى قال فيه : « من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان » ، والأمر بالمعروف والنهى عن المنكر يعنى حمل رسالة الدعوة إلى الله وحده ، وهى مسئولية كل مسلم .

ثالثاً : إن التقصير فى الدعوة إلى الله من قبل أى مسلم عاقل . وبعبارة أخرى إن التقصير فى تحمل المسئولية الإعلامية الإسلامية يعنى عدم الامتثال لأوامر الله تبارك وتعالى ، وهذا ينذر بغضب من الله عز وجل وبسوء العاقبة ، قال تعالى فى سورة البقرة : « إن الذين يكتمون ما أنزلنا من البينات والهدى من بعد ما بيناه للناس فى الكتاب أولئك يلعنهم الله ويلعنهم اللاعنون إلا الذين تابوا وأصلحوا وبينوا فأولئك أتوب عليهم وأنا التواب الرحيم [(١)] . وما أكثر الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التى تحمل معنى الترغيب فى الدعوة لدين الله ، والترهيب عن التقاعس فى أداء هذه المهمة وحمل هذه المسئولية .

والمسئولية الإعلامية فى الإسلام تلقى على كاهل كل مسلم ضرورة أن يتفقه فى أمر دينه ، وتدفعه إلى البحث والدرس لمعرفة ما لم يكن يعرفه . فإذا كان مطلوبا منه أن يدعو إلى دين ربه ، فإن عليه أن يسعى إلى معرفة أصول وأحكام هذا الدين بقدر ما تسمح له بذلك قدراته وإمكاناته حتى لا يقع فيما لا يحمد عقباه وهو التصدى لقول الباطل بحسن نية وبذلك يضلل الناس بدلا من أن يهديهم . وتأسيسا على ذلك فإن عليه أن يدعو فى حدود ما يعرف ؛ على أن يسعى لتوسيع وتعميق دائرة معارفه بكافة السبل الممكنة انسجاما مع قول الرسول ﷺ : « طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة » .

---

(١) سورة البقرة : الآية رقم (١٥٩) .

رابعاً : والحقيقة الرابعة التى تؤكد مكانة الإعلام وأهميته فى الدين الإسلامى تتمثل فى تكريم الله سبحانه وتعالى للعلماء ، والتأكيد على أنهم يتمتعون بمنزلة أرفع من منزلة غيرهم من المسلمين العاديين ، ذلك أن الله جل شأنه قد كرم العلماء ورفع منزلتهم ، لأنهم ورثة الأنبياء فى الدعوة إلى دينه وهداية الناس إلى طريق الخير ؛ وإضاءة طريق الحق لغيرهم ؛ وارشادهم إلى سواء السبيل ؛ ذلك أنهم بمثابة شموع مضيئة بين أقوامهم ؛ ولاسيما وقد اتسعت آفاقهم ؛ ورحبت مجالات تفكيرهم ؛ وأصبحوا أكثر قربا من الله من غيرهم فأصبحوا أكثر معرفة بربهم ، وأكثر خشية منه . يؤكد ذلك قول الحق عز وجل فى سورة فاطر : « إنما يخشى الله من عباده العلماء » (١) .

ومن هذا المنطلق حث الإسلام كل المسلمين على طلب العلم والسعى لتحصيله فى أى مكان ليكونوا أكثر نفعا للناس ، يهدونهم إلى الحق ، ويثنونهم عن الباطل يؤكد ذلك قول الرسول ﷺ : « اطلبوا العلم من المهد إلى اللحد » ، ذلك أن كل معلومة وكل حقيقة يعرفها المسلم لن تقربه فقط من ربه وتمنحه القدرة على معرفته وطاعة أوامره ، والبعد عن نواهيه ، ولكنها تضعه على الطريق القيادى الصحيح فى مجال الدعوة إلى الله وتجعله يدعو عن علم لا عن جهل ، وتمكنه من الهداية ، وتمنحه المرونة الكافية والقدرة على التحرك والانطلاق وتغطية جوانب كثيرة من الفكر الإسلامى ، والإدلاء برأيه عن معرفة ويقين لا عن شك وارتياب .

خامساً : إن رسول الإسلام ﷺ أدرك بفطرته وثاقب نظره أنه من الأهمية بمكان استثمار وسائل الإعلام المتاحة آنذاك بين عرب الجزيرة ، وعدم إسقاط هذه الوسائل من حسابه ، ولكنه قام بتعديل مسارها وتطوير أهدافها لخدمة الإسلام ، بعد أن كانت تتوجه لبث الخلافات وإثارة القلاقل وإشعال الفتن وتعميق الشرور المنتشرة بين عرب الجاهلية . ومن أبرز هذه الوسائل :

١ - **القصيدة الشعرية** : لقد كان الشعر واحدا من أبرز وسائل الاتصال

---

(١) سورة فاطر : آية رقم (٣٨) .

بين العرب فى العصر الجاهلى ، وكان الشعر يلعب دورا إعلاميا أشبه بالدور الذى تلعبه الصحف السيارة فى عصرنا الحاضر ، بيد أنه كان يسيطر عليه أخلاق وقيم الجاهلية ، فكان وسيلة للتفاخر بالحسب والنسب وبالقوة والسيطرة والغنى والكثرة العددية . وحين جاء الاسلام استفاد من القدرات الإعلامية للقصيدة الشعرية ، ولم يلفظ الإسلام هذه الوسيلة الإعلامية الهامة ، ولكن الداعية الأول لهذا الدين محمد بن عبد الله ﷺ أدرك أهمية هذه الوسيلة التى يستخدمها أعداؤه يهاجمون بها دعوته ويوجهون له من خلالها الاتهامات والدعاوى الباطلة فما كان منه إلا أن جعل القصيدة الشعرية واحدة من الوسائل الفعالة لحمل رسالة الإسلام ونشرها بين الجماهير .

وبرز من شعراء الإسلام حسان بن ثابت الذى أسهم بفاعلية فى نشر دعوة الحق وكعب بن زهير وغيرهما وهؤلاء هم الذين وصفهم القرآن الكريم فى سورة البقرة بقوله : « والشعراء يتبعهم الغاوون ، ألم تر أنهم فى كل واد يهمون ، وأنهم يقولون ما لا يفعلون ، إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات وذكروا الله كثيرا وانتصروا من بعد ما ظلموا وسيعلم الذين ظلموا أى منقلب ينقلبون » (١) .

٢ – **الخطابة** : وهى إحدى الوسائل الإعلامية القديمة ، التى ازدهرت بين كثير من الأمم والحضارات القديمة ،وكانت هذه الوسيلة تلعب دورها المؤثر فى حقل الإعلام بين عرب الجاهلية ، وبرز بين هؤلاء خطباء مبدعون مثل قس بن ساعدة الإيادى الذى اشتهر بخطبه التى كانت تدعو إلى التأمل فى الطبيعة وإدراك الذات الإلهية من واقع الأمور الكونية ، وقد سمعه الرسول ﷺ وأعجب به قبل الإسلام .

وقد عرف الإسلام قيمة الخطابة ، وأدرك الرسول أهميتها الإعلامية فلم

---

(١) سورة الشعراء : آية رقم (٣٢٤ ، ٣٢٥ ، ٣٢٦ ، ٣٢٧) .

يسقطها أيضاً من حسابه ، ولكنه استثمرها لتلعب دورها فى نشر الإسلام والإعلام بحقائقه . وقد لعبت الخطبة النبوية دورا بارزا فى هذا الصدد منذ أن صعد الرسول جبل الصفا ليعلم قومه بما جاءه من عند ربه امتثالا لقوله تعالى فى سورة الشعراء : « وأنذر عشيرتك الأقربين [١] » . واستمر هكذا حتى خطبة الوداع التى أشهد فيها ربه على أنه أبلغ الرسالة وأدى الأمانة . وقد نهج نهجه فى هذا الصدد خلفاؤه الراشدون وصحابته الأولون فى الاستعانة بالخطبة للإعلام عن الإسلام . ولأبى بكر وعمر وعثمان وعلى وغيرهم من أوائل المسلمين خطب خالدة تعوزها الدراسة الإعلامية المتأنية لاستخلاص دلالاتها ذلك أنها كانت مضرب الأمثال فى عظمة الفكرة ، وخلود المعنى ، والقدرة البالغة على تطويع الكلمة لخدمة رسالة الإسلام .

٣ - **المناداة** : والمناداة أيضاً هى وسيلة إعلامية قديمة ولاتزال هذه الوسيلة منتشرة فى كثير من المجتمعات المتخلفة ، مارسها العرب فى العصر الجاهلى فكان المنادى يجوب المنطقة لإعلام أهلها بالأحداث الهامة والقرارات والتعليمات وأوقات الأعياد إلى غير ذلك ، وقد تطور النداء فى الإسلام إلى نداء عن أوقات الصلاة وهو الأذان وسوف نتناوله فى دراسة لاحقة .

٤ - **الأسواق** : إذا كانت الدعوة الإسلامية قد اهتمت بالشعر والخطابة والمناداة ، وصححت من مسارها بما يجعلها تخدم رسالة الإسلام . فإن هذه الدعوة لم تسقط من حسابها أيضاً وسيلة هامة كانت تلعب دورا حيويا فى حقل الإعلام وهى « الأسواق » . وقد كانت الأسواق بمثابة مؤتمرات أو مآداب فكرية تعقد فيها الندوات ؛ ويتبارى فيها الشعراء ؛ وتلقى فيها الخطب ؛ ويتبادل فيها العرب المعلومات ؛ ويتناقلون الأخبار ؛ ويعرضون فيها قضاياهم ؛ ويتشاورون فى حل مشاكلهم المشتركة ... إلخ . أى أن العمل الإعلامى كان يمارس فى هذه الأسواق بمختلف

---

(١) سورة الشعراء : آية رقم (٢١٤) .

أشكاله ووسائله وأساليبه المتاحة آنذاك ، ومن أشهر هذه الأسواق سوق عكاظ وسوق المربد بالبصرة ... إلخ .

وقد أدرك رسول الإسلام أهمية الاستعانة بهذه الأسواق وتطويعها لخدمة الدعوة الإسلامية ، فكان يتردد عليها يدعو الناس بها إلى الإسلام ويرتاد التجمعات العربية فى عكاظ قائلا لمن فيها : « يا أيها الناس قولوا لا إله إلا الله تفلحوا وتنجحوا » وواصل دعوته فى هذه الأسواق على الرغم من الاضهادات التى كان يلقاها من البعض وعلى رأسهم أقرب أقربائه وهو عمه أبو لهب الذى كان يتبعه قائلا : « إن هذا ابن أخى وهو كذاب فاحذروه » . إلا أنه لم يفقد صبره وواصل جهده المكثف فى هذه الأسواق إدراكا منه لأبعادها الإعلامية .

تلك هى نماذج من الوسائل التى كانت سائدة بين عرب الجزيرة فى العصر الجاهلى أردنا بها أن نؤكد المكانة التى يحتلها الإعلام فى الدين الإسلامى ، حيث اهتم بهذه الوسائل ولم يعمل على القضاء عليها ، ولكنه اكتشف أهميتها الإعلامية ، واستثمرها وعدل من مسارها لخدمة أهداف ومبادىء الإسلام . وإن دل ذلك على شىء فإنما يدل على اهتمام دعوة الإسلام بكل ما هو متاح من وسائل إعلامية نظرا لما يحتله الإعلام ووسائله المختلفة من مكانة وأهمية كبيرة فى هذا الدين .

سادساً : أما الحقيقة السادسة التى سوف نتناولها الآن لنؤكد بها المركز المرموق الذى يحتله الإعلام فى الدين الإسلامى ، هى أن الإسلام لم يحصر نفسه فى الوسائل التقليدية التى كانت موجودة قبل البعثة النبوية فى الجزيرة العربية ، ولكنه أوجد لنفسه وسائل إعلامية خاصة انفردت بها رسالته لا تكاد تنافسه فيها أية رسالة إعلامية أخرى وهى الوسائل الدينية المتخصصة وهذه الوسائل هى : –

أولا : خطبة الجمعة : –

كانت الخطابة ولا تزال تؤدى دورها الفعال فى حقل الاتصال دون أن

تستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية التى أتت بها المدنية الحديثة أن تقضى عليها أو تنال من قوتها المؤثرة فى الإعلام والإقناع ، وقد عرضنا فى الفصل الأول للخطابة كوسيلة إعلامية والسمات التى تميزها ودورها المؤثر منذ أقدم العصور ، وإذا كانت هذه المميزات التى ذكرناها يختص بها فن الخطابة بوجه عام ، فإن مميزات الخطابة الدينية سوف تكون مضاعفة ، وتأثيرها سوف يكون أقوى إذا تم تهيئة أسباب نجاحها ، ويرجع ذلك إلى ما يلى : -

١ - تتميز الرسالة الإسلامية التى تحملها الخطبة الدينية الناجحة بقدرتها على إحداث تأثير خاص ، لدى الرأى العام المتلقى لهذه الخطبة ، بحكم ما ترتبط به الخطبة الدينية فى أذهان الناس من مفهوم خاص فهى تنهل من لغة القرآن الكريم ؛ والأحاديث النبوية فى أغلب الأحيان ؛ أو كبار الفقهاء وأئمة المسلمين الضاربين فى مجال الفكر الدينى . ولا مجال هنا للاعتراض على ما يأتى به الخطيب من آيات أو أحاديث للرسول ،أو آراء لهؤلاء الأئمة والفقهاء الذين يتمتعون بالتقدير والاحترام الكبيرين لدى الرأى العام المسلم .

٢ - إن الإسلام يضع الخطابة فى مكانة سامية ، ويقدرها حق قدرها ، بل ويكسبها شيئا من القدسية ، ويحيطها بهالة من النور ، فلا تصح بعض الصلوات إلا بها مثل صلاة الجمعة .

وخطبة الجمعة هى واحدة من أبرز وسائل الإعلام الدينى ، وليس من قبيل المبالغة إذا اعتبرناها من أهم عوامل نجاح هذا النوع من العمل الإعلامى الذى مارس دوره على مر العصور منذ انبثاق نور الدعوة الإسلامية فى عهد الرسول (ص) إلى يومنا هذا . فلم تستطع ولن تستطيع عوامل الزمن وتعاقب الدول والحكومات أن تنال من قدرتها الإعلامية . وترجع أهمية خطبة الجمعة إلى أنها مرتبطة بفريضة صلاة الجمعة ذاتها ، بل إن خطبة الجمعة هى التى تميز صلاة الجمعة عن بقية الصلوات الخمس اليومية على مدار الأسبوع ، فأصبح لزاما

على كل مسلم أن يشهد هذه الخطبة انطلاقا من قوله تعالى فى سورة الجمعة : « يا أيها الذين آمنوا إذا نؤدى للصلاة من يوم الجمعة فاسعوا إلى ذكر الله وذروا البيع » [(١)] . والنداء أى الأذان يسبق الخطبة كما يسبق الصلاة .

وقد استعان رسول الإسلام بالخطبة الدينية بصفة عامة ، وخطبة الجمعة بصفة خاصة ، واعتمد عليها بشكل رئيسى لتحقيق رسالته ، وكانت البداية حين أمره الله بأن ينذر عشيرته الأقربين ، فصعد جبل الصفا وألقى خطبته الشهيرة فى معشر قريش حاملة أول بيان لرسالة الإسلام . وظل ﷺ على هذا النحو يمارس عمله الإعلامى من خلال خطبه الشهيرة والعديدة ؛ حتى ألقى خطبة الوداع التى أشهد الله فيها على أنه أدى الأمانة وأبلغ الرسالة كاملة . وقد نهج الخلفاء الراشدون والحكام المسلمون الصالحون هذا النهج من بعده . وظلت الخطبة الدينية تتوجها خطبة الجمعة تلعب دورها الإعلامى المؤثر إلى يومنا هذا بصورة منتظمة ودورية لتحقيق رسالة الإعلام الإسلامى .

ويتوقف نجاح الخطبة الدينية على ما يلى : -

١ - حسن اختيار موضوع الخطبة بما يجعلها تمس بشكل مباشر مشاكل الجماهير وتعالج قضاياهم الحاضرة وتخوض فى أحوالهم وشئونهم المعاصرة ، وتحديد توقيت زمنى ملائم لكل خطبة ، والابتعاد قدر الإمكان عن الخوض فى حوادث وقضايا قديمة لم يعد لها وجود بين الناس ، فى حين أن عصرنا الحاضر يعج بمشاكل ؛ أو يفجر قضايا تهز المجتمعات هزا عنيفا ولا يجد الناس لها تبريرا فى انتظار أن يقول الدين كلمته الحاسمة لشفاء أمراض قلوبهم والقضاء على الحيرة والشك المسيطرين على عقولهم ، على أن يدعم الخطيب أقواله بالآيات البينات ، والأحاديث النبوية الصادقة ، والمواقف الخالدة لرسول الله التى تتلاءم مع موضوع الخطبة دون اقحام

---

(١) سورة الجمعة : آية رقم (٩) .

آيات لا تربطها علاقة مباشرة بموضوع الخطبة ذلك أن الآية القرآنية والحديث الصحيح والموقف الخالد للرسول أو أحد أصحابه إذا أحسن اختياره وتم وضعه فى مكانه المناسب سوف يدعم وجهة نظر الخطيب ويعطى خطبته قوة وتأثيرا يسرى كالسحر فى النفوس .

٢ - يفضل فى خطبة الجمعة أن يرتجلها الخطيب ارتجالا [١] بعد أن يقوم باعدادها الاعداد الجيد ، ويستوعب محتوياتها ، وينظمها فى ذهنه ، ويحفظ منها ما هو لازم لإلقائه بالنص كآيات القرآن الكريم وأحاديث الرسول ﷺ ، لأن تقيد الخطيب بورقة مكتوبة سيفقد الخطبة أهم مميزاتها وهى التفاعل بين المرسل والمستقبل ؛ عن طريق مخاطبة العواطف وإثارة الوجدان والتأثير فى شعور الجمهور . فالورقة المكتوبة تمثل حاجزا بينه وبين جماهيره ؛ تقيده فى قوالب معينة ؛ وتفقده هذا التفاعل . وإذا ما عن للخطيب المقيد بورقة حادث جديد فإنه لن يتمكن من الخروج عن النص المكتوب وإثارة هذا الحديث والتعليق عليه .

٣ - البعد عن السجع المتكلف ؛ والمحسنات المرذولة ، والألفاظ المبتذلة الجوفاء ؛ وعدم الإكثار من المجازات والاستعارات [٢] التى كثيرا ما تخفى المعانى ، وتطمس الأغراض ، وتأخذ بصاحبها عن سواء القصد وتبعده عن الهدف ، بل يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية التى تحملها خطبة الجمعة بالبساطة والوضوح ، وأن يستبعد منها العبارات والألفاظ الغامضة . فليست الرسالة الإعلامية الناجحة هى التى تصاغ عباراتها بمهارة لغوية فائقة ثم تترك عالم الواقع وتحلق فى أجواء خيالية . فالغرض من الخطبة إيصال المعانى إلى العقول وليس استعراض الخطيب لقدراته اللغوية ، والتعالى على الجماهير بهدف كسب احترامهم . ولكن فى الوقت نفسه فإن الخطبة يجب أن تصاغ فى قالب خطابى جذاب يتناسب مع أفهام الجماهير وقدراتهم .

---

(١) محمد عبد العزيز الخولى . اصلاح الوعظ الدينى . ص ٥١ - ٦١ .

(٢) المصدر السابق . ص ١٤ .

٤ - أن تكون الخطبة متنوعة الأساليب ، متعددة الأغراض ، كثيرة المعانى ، جامعة شاملة ، صادرة عن قلوب مؤمنة بما تقول ، تعرف ماذا ، وكيف ، ومتى تقول . وعلى الخطيب ألا يطيل فى خطبته بما يسبب مللا ، أو غفوات ، أو نوما للناس . فقد كانت خطب الرسول ﷺ معقولة متوسطة [١] .

٥ - يجب أن تتضمن خطبة الجمعة ما يفهم منه أن الناس سوف يحصدون فى الحياة الدنيا أيضاً ثمار أعمالهم الطيبة وليس فى الآخرة فحسب ، لأن فى إبراز هذا المعنى ما يشرح الصدور ، ويجدد الآمال ، ويشحذ العزائم وهو منطق الحياة وقانون الوجود ، فلكل شئ ثمن ، ولكل عمل أجر ، فهذا من سنن الله التى لا تتخلف فى حياة الأفراد أو الجماعات أو الأمم .

ثانيا : دروس الوعظ والإرشاد (المحاضرة الدينية) : -

والدرس الدينى أصبح أحد الوسائل الهامة التى يعتمد عليها الوعاظ والخطباء ليلعب دورا كبيرا فى مجال الإعلام الإسلامى ، والدرس ميسور فى كل وقت ، وقد جرى عرف الوعاظ والخطباء ، غالبا ، على أن يكون موضوع الدرس آية من كتاب الله عز وجل أو حديثا لرسوله ﷺ .
والدرس أحوج ما يكون إلى جهد كبير من الداعية ، لأن الآية أو الحديث الذى يتناوله يفرض عليه الدقة وطول التأمل والوقوف عند كل كلمة بل عند كل حرف أحيانا ، وجمهور الدرس الدينى يكون عادة أقل من جمهور الخطبة ، وهذا يتيح الفرصة للمدرس للتأثير فى مستمعيه ، وإنشاء صلات روحية تعارفية وعملية بينه وبينهم ، وتطلق وزارة الأوقاف فى مصر على رجل الإعلام التابع لجهاز الدعوة الإسلامية بها (إمام وخطيب ومدرس) كما سنرى فى فصل لاحق . ولهذا فهو ملزم بتنظيم دروس دينية يومية ومنتظمة فى الأوقات المحدد لها .

---

(١) خير الدين وانلى . المسجد فى الإسلام . ص ٢٦١ .

ثالثاً : الأذان وإقامة الصلاة : -

الأذان هو أحد الوسائل التى ينفرد بها الإعلام الإسلامى للإعلان عن أوقات الصلاة ، ويتميز الأذان بالخصائص الإعلامية التالية التى تجعله عاملا رئيسيا من عوامل الدعوة للدين الإسلامى :

١ - إنه شكل من أشكال الاتصال الجماهيرى ، يتسع نطاقه باستخدام مكبرات الصوت ؛ ومن أعلى المآذن ؛ ثم من خلال وسائل الإعلام الحديثة كالإذاعة والتليفزيون ، ويزداد بالتالى معدل الجماهير المستقبلة له .

٢ - إنه يعتمد على عنصر التكرار لتثبيت معان معينة فى أذهان الجماهير ، حيث تتكرر كل عبارة مرتين فى كل صلاة أو أكثر ، مثل عبارة « الله أكبر » التى تتكرر أربع مرات فى كل أذان ، كما يتكرر الأذان كله مرتين فى كل صلاة مرة للإعلان عن الصلاة ومرة للإقامة ، ويتم هذا خمس مرات كل يوم ، وفى هذا تأكيد لما يحمله الأذان من مضامين معينة فى عقول وقلوب الجماهير المسلمة على رأسها النداء الذى يحمل الشهادتين ، وهما بمثابة الركن الأول من أركان هذا الدين ، وكذلك لفت النظر وجذب انتباه المسلمين ممن يتعرضون له لبعض المعانى التى يحملها دين الإسلام .

٣ - لم يعد الأذان يقتصر دوره على الإعلام بوقت الصلاة فحسب ، بل أصبح يساهم فى ترتيب حياة الناس العامة ولاسيما فى الريف المصرى ، وينظم أعمالهم وأنشطتهم ، فالنهوض من النوم على سبيل المثال أصبح يرتبط بأذان الفجر ، كما أن وجبة الغذاء غالبا ما تلى أذان الظهر ، واستئناف النشاط المسائى يتلو أذان العصر ، والركون للنوم يتم بعد العشاء ... وهكذا . فكأن الأذان يشكل جزءا أساسيا فى الحياة اليومية لجماهير المسلمين يعرفون به الوقت .. وهذا يحمل فى حد ذاته قيمة إعلامية كبيرة .

رابعاً : المكتبة الإسلامية :

تشمل كلمة المكتبة مدلولا أشمل من مجرد أنها من مجموعة من الكتب يتم تنظيمها بشكل معين لكى تقوم بإمداد القارئ بما يحتاج إليه دون مناقشة دوافع هذه الحاجة ، فقد وجدت أيضاً لكى تدعو من لا يقرأ كى يقبل على القراءة ، لترتفع بمستوى مدارك الجماهير ، وتشارك فى خلق رأى عام مستنير يستطيع أن يحكم على مختلف المسائل حكماً سليماً ، ومن هذا المنطلق فإن المكتبة لا تكتفى بمجرد الإمداد ، وإنما أصبح الانجاز الكامل لرسالتها يتمثل فى دورها الإعلامى ، حين تدعو القارئ لكى يقرأ ثم ترشده إلى كيفية القراءة [١] .

وإذا كان نشاط المكتبة العامة يمتد ليغطى هذا النشاط الإعلامى ، فإن هذا النشاط يعتبر من أهم وظائف المكتبة الإسلامية المتخصصة التى تقوم بامداد القارئ بالكتب الدينية لكى تسهم فى خلق رأى عام سليم نحو القضايا الدينية .

وتعتبر المكتبات الإسلامية من أهم المؤسسات الثقافية التى لعبت دورا كبيرا فى نشر المعرفة والثقافة بين المسلمين فى العصور الإسلامية المختلفة .

وتعتبر مكتبات المساجد أول المكتبات نشأة فى الإسلام . وقد ظهرت مكتبات المساجد للوجود منذ أن اتخذ المسلمون المسجد مكانا للدراسة لأنه لا دراسة بدون كتب ، وقد كانت الدراسة فى مختلف مراحلها وبأغلب فروعها تتم فى المساجد الجامعة ، وحتى زمن قريب فى عصرنا الحاضر أمكننا أن ندرك أهمية المكتبة الملحقة بالمساجد [٢] ، ولا تزال فى أغلب المساجد الهامة مكتبات خاصة ، وقد ازدهرت بعض المساجد وأصبحت مركزا كبيرا للتعليم والتدريس مثل الجامع الأزهر . وتستطيع مكتبات المساجد أن تسهم بدور فعال فى حقل الإعلام الإسلامى إذا اهتم القائمون على أمر هذه المساجد بايجاد مكتبات بها ، وتزويدها

---

(١) أحمد أنور عمر . المكتبات العامة بين التخطيط والتنفيذ . ص ٣ ، ٤ .

(٢) محمد ماهر حمادة . ص ٨٢ .

بمختلف الكتب والبحوث الإسلامية التى تنشر فى الصحف والمجلات الإسلامية ، فيتعرف المسلمون على الدوام على كل جديد فى دنيا الإسلام ، دون أن تمتلئ هذه المكتبات بالغث من الكتب ، وإنما تضم الجيد من الكتب الإسلامية ؛ وكذلك الجيد من سائر الكتب التى لا تتعارض مع مبادئ الإسلام فى شئ وإنما تدعم القيم والمثل العليا فى الإسلام [١] .

ويمكن أن تخصص المكتبات العامة أقساما للكتب والدوريات الإسلامية تسهم إسهاما فعالا فى حقل الإعلام الإسلامى .

خامسا : الاتصال الشخصى فى الإسلام : -

على الرغم من أن الاتصال الشخصى هو أكثر وسائل الإعلام تأثيرا كما أفادت بذلك الأبحاث والدراسات العلمية ، فإنه بالتالى أقدر هذه الوسائل على تحقيق أهداف رسالة الإسلام . وينطلق الباحث فى هذا الاعتقاد استنادا إلى الحقائق التالية : -

الحقيقة الأولى : -

إن رسالة الإعلام الإسلامى غير قاصرة على الدعاة المتفرغين لأداء هذه المهمة فحسب ، ولكن كل مسلم مكلف بهذه المهمة ملتزم بها كجزء من عقيدته ، بل أن هذا هو المحك الذى ميز الله به أمة الإسلام عن الأمم الأخرى « كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر » . وهل يتوافر فى متناول يد المسلم العادى وسيلة يستطيع بها ممارسة دوره فى الدعوة إلى الله أيسر أو أبسط من وسيلة الاتصال الشخصى ؟ ذلك أن القدرة على مخاطبة الرأى العام من خلال وسائل الاتصال الأخرى ليست سهلة ميسرة إلا للعاملين فيها .

الحقيقة الثانية : -

أن الاتصال الشخصى هو أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا على الرأى العام

---

(١) على عبد الحليم محمود . المسجد وأثره فى المجتمع الإسلامى . ص ١٧٥ ، ١٧٨ .

نظرا لقدرة هذه الوسيلة على إحداث تأثيرات بعيدة المدى تفوق كل المصادر الأخرى فى اتخاذ الناس لقراراتهم كما أكد ذلك كاتز ولازار سفيلد فى دراستهما التى أجراياها عن نتائج الحملة الانتخابية الأمريكية عام ١٩٤٠ (١) .

الحقيقة الثالثة : -

إن الإعلام الإسلامى يعمل فى مجال العقيدة بالدرجة الأولى . وهذا يختلف عن مجال الأخبار والمعلومات التى قد تتفوق فيه وسائل الاتصال الجماهيرية ذلك أن هذا المجال يتطلب المواجهة المباشرة بين المرسل والمستقبل بما لايسمح للمستقبل بتجاهل هذا المرسل الذى أمامه ، وهذا يتيح الفرصة لتبادل الأفكار والآراء من ناحيتين ، ويعطى للمتلقى فرصة الاستيضاح والسؤال عما يعن له من تساؤلات يود التأكد منها وتمحيصها ، ويرى إڤريت روجرز أن أهمية وسيلة الاتصال الشخصى تكمن فى قدرتها على مواجهة أى عداء أو معارضة للفكرة من جانب الشخص الواقع عليه الاتصال ، كما أن الاتصال الشخصى قد يؤثر فى السلوك ، وتمتاز مصادر المعلومات الشخصية بسهولة الاتصال بها وإمكان تصديق ما تأتى به من أفكار وآراء طالما أن مصدر هذه المعلومات محل ثقة من قبل المستقبل .

وقد مارس الرسول ﷺ الاتصال الشخصى . بل إن الاتصال الشخصى أول خطوة من خطوات العمل الإعلامى الكبير الذى قام به والتزم به رسول الله ﷺ إلى أن توفاه الله ، وكان فى ممارسته لهذه الوسيلة لا يفرق بين غنى وفقير أو أبيض وأسود أو قوى وضعيف ، ولعل أبرز الشواهد على اهتمام الرسول بهذه الوسيلة واعتماده عليها واهتمامه بها ما يلى :

(أ) الاتصالات السرية التى كان يجريها مع أصدقائه وخلصائه وأفراد أسرته فى مراحل الدعوة الأولى ، ولم يكن هناك وسيلة غير الاتصال الشخصى يمارسها لتحقيق أهدافه .

---

(١) روجرز إڤريت ، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر ، ص ١٣٤ .

(ب) الرسل الذين بعث بهم إلى الملوك والأباطرة فى الممالك المجاورة ؛ بعد عودته من صلح الحديبية فى العام السادس الهجرى ؛ حاملين معهم رسائله وتعليماته إلى هؤلاء الملوك يدعونهم للإسلام .

(ج) لقاءاته الشخصية مع أفراد القبائل التى تفد إلى مكة فى مختلف المواسم ، وأشهرها لقاؤه مع طائفة من أهل الخزرج فى يثرب حيث تمت على أثره البيعة الأولى والتى كانت مقدمة لهجرته إلى المدينة فيما بعد (١) .

(د) رحلته الشهيرة إلى الطائف لعله يجد من يستجيب لدعوته من أهل ثقيف سادة القوم هناك ، ولكنه عانى من عنت هؤلاء القوم وصدهم عن دعوته واضطهادهم له معاناة شديدة (٢) .

هذه مجرد نماذج تعكس الدور الذى لعبه الاتصال الشخصى فى حياة الرسول لنشر الدعوة الإسلامية ، وكتب السيرة تحفل بالعديد من اللقاءات الشخصية والمواقف الشهيرة للرسول التى تمثلت فيها قدراته الإعلامية فى تطويع هذه الوسيلة الهامة والمؤثرة لتحقيق أهداف دعوته .

سادسا : القدوة الحسنة : -

القدوة الحسنة طريق يجب أن يسلكه من يتصدى للإعلام الإسلامى فى أى موقع حتى لا تأتى أفعاله متناقضة مع أقواله مصداقا لقول الله تعالى : « أتأمرون الناس بالبر وتنسون أنفسكم » (٣) . ويعتقد الباحث أنه إذا تزود دعاة الإسلام بهذه الصفة فإنهم سيحققون الكثير ؛ ويختصرون الطريق ؛ ويوفرون على أنفسهم جهودا كبيرة يمكن أن تضيع إذا فقد الداعى المسلم هذه الصفة ، ذلك أن رجل الإعلام الدينى أو الداعى المسلم فى نظر الجماهير يمثل الدين ذاته .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام فى صدر الإسلام . ص ١٥ ، ٧٢ .
(٢) نفس المصدر . ص ١٢٠ .
(٣) سورة البقرة آية رقم (٤٤) .

ويؤكد هاملتون جيب Hamilton Gib أنه ليس من قبيل المبالغة أن قوة تأثير شخصية الرسول ﷺ على مواقف المسلمين والتى تلقى كل التبجيل ، هى عبارة عن شعور تلقائى وطبيعى لا يمكن تحاشيه ، سواء أكان ذلك فى عهد الرسول ، أم من بعده . لقد كان ذلك أكثر من مجرد إعجاب . ويكفى أن نذكر أن علاقة الحب والإعجاب التى غرسها الرسول فى قلوب أصحابه قد إنبعث أثرها ومداها عبر القرون ، ويتم إثارتها وغرسها فى قلب كل جيل (١) .

وقد نهج أصحابه المخلصون نهجه فكانوا قدوة حسنة ، نجم عنها توسيع نطاق المعتنقين للإسلام إيمانا منهم بصدق نوايا هؤلاء الأصحاب المخلصين ؛ ونقاء سريرتهم ، ورجاحة عقولهم . ولن نستطرد فى ضرب الأمثلة على ذلك وإنما ما يهم هنا أن الرسول وأصحابه نجحوا فى ممارسة هذا الأسلوب الإعلامى ، فى التأثير الجماهير ، فقام الإسلام فى حياة الرسول على رقة أبى بكر ؛ وحزم عمر ؛ وبذل عثمان ؛ وعلى فدائية على بن أبى طالب . فقد كان كل واحد من هؤلاء الأربعة أمة فى مجال القدوة الحسنة التى اقتدى بها الصحابة أولا ، كما اقتدى بها المؤمنون الأوائل بعد ذلك فى حياة الرسول وإلى يومنا هذا (٢).

وعلى دعاة الإسلام أن يدركوا هذه الحقيقة ، فإلى جانب المواصفات اللازمة لخلق رجل الإعلام بصفة عامة فإنه لابد أن يتصف رجل الإعلام الإسلامى إضافة إلى ذلك بصفات خاصة تجعله قدوة خسنة لجماهيره . لأنه من غير المعقول عدم انسجام القول مع العمل « يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لاتفعلون ، كبر مقتا عند الله أن تقولوا ما لاتفعلون » (٣) .

---

(١) gib, A.R, Hamilton : studies on civilization of Islam .p .

(٢) عبد اللطيف حمزة ، المصدر السابق .

(٣) سورة الصف : آية رقم (٢) .

وهذا يشير إلى خطورة هذه الوسيلة ، مما يؤكد أن القدوة الحسنة فى حد ذاتها تعتبر واحدة من أهم الوسائل الإعلامية ، وتقوم هذه الوسيلة على غريزة التقليد أو المحاكاة فى الإنسان ، وهذه الغريزة تلعب دورا هاما وتغنى عن بذل جهود إعلامية كبيرة بهدف غرس فكرة أو الاقتناع برأى أو تعديل سلوك معين لدى الجماهير .

وقد كان الداعى الأول للإسلام محمد بن عبد الله ﷺ مضرب الأمثال فى هذا الصدد ، وكان به من الصفات النبيلة ما تفيض به كتب السيرة ، ولسنا فى مجال تعداد صفات الرسول التى كانت سببا مباشراً فى دخول الكثيرين دين الإسلام ، وهو الذى اشتهر بين قومه قبل نزول الوحى بأنه « الصادق الأمين » وهما صفتان يجب توافرهما فى رجل الإعلام الإسلامى حتى يكون موضع ثقة جماهيره واحترامهم له . ألم يتحمل محمد من سفاهة قومه وسخريتهم ومطاردتهم له الكثير ، فبالصبر استطاع صاحب الرسالة تحقيق أغراضه ممتثلا لقول ربه « واصبر على ما يقولون واهجرهم هجرا جميلا » (١) ، ثم أتبع صبره بالرحمة والعطف والدعاء لهم ، فلم يكن قاسى الفؤاد ؛ فظا ؛ غليظ القلب ويكفى ما وصفه به الحق جلا وعلا بقوله : « لقد جاءكم رسول من أنفسكم عزيز عليه ما عنتم حريص عليكم بالمؤمنين رؤوف رحيم » (٢) .. وما أكثر الصفات الحسنة التى تحلى بها والتى اشتملت عليها الآية الكريمة « وإنك لعلى خلق عظيم » (٣) واستحق بذلك أن يكون قدوة حسنة للجميع « لقد كان لكم فى رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيرا » (٤) .

---

(١) سورة المزمل : آية رقم (١٠) .
(٢) سورة التوبة : آية رقم (١٢٩) .
(٣) سورة القلم آية رقم (٤) .
(٤) سورة الأحزاب : آية رقم ٢١ .

مكانة القرآن الكريم والحديث الشريف فى الإعلام الإسلامى

١ - القرآن الكريم : كان القرآن الكريم ولا يزال هو المصدر الذى تعتمد عليه الدعوة الإسلامية فى استقاء موضوعاتها ، وفى تحديد أساليبها ومنهجها ومنه تأخذ حججها وبراهينها ، وهو الرافد الحيوى لدعاة الإسلام .

والقرآن الكريم هو الدستور الشامل الجامع المنظم لشئون المسلمين فى الدنيا والآخرة مصداقا لقوله عز وجل « ما فرطنا فى الكتاب من شئ [١] . فهو الرسالة الإعلامية المقدسة ، معجزة الإسلام الخالدة ، والمصدر الأول للتشريع ، وهو الدعامة الرئيسية للإعلام الإسلامى ، وأهم عوامل نجاح الرسالة الإعلامية الإسلامية ، ذلك أن القرآن الكريم يحوى كل ما يهم المسلمين ويرد على تساؤلاتهم ، كما أنه ينظم للرسول ودعاة المسلمين من بعده أساليب الدعوة ومجالاتها وجماهيرها . ولسنا فى معرض ذكر الميادين التى تناولها القرآن الكريم . ولكن رجل الإعلام الإسلامى سيجد فيه بغيته إذا أراد معالجة أى من أمور المسلمين فإذا كان يعالج موضوع الجهاد فسيجد من آيات القرآن الكريم ما تعرضت له وحددت أصوله ، وإذا أراد تناول قضية سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية فسيجد هذا الكتاب المقدس قد تعرض لها بصورة واضحة ومحددة ، لم تستطع يد الشر أن تعبث بها أو تغير فيه كلمة واحدة ، كما عبثت فى الكتب السماوية الأخرى « انا نحن نزلنا الذكر وانا له لحافظون » [٢] .

الحديث الشريف : تلعب الأحاديث النبوية دورا إعلاميا بارزا فى نشر الدعوة الإسلامية وتتضح أهميتها الإعلامية فى أنها جاءت فى مجملها تأكيدا وتفسيرا للمعانى التى وردت فى القرآن الكريم . ويؤكد أحمد أمين القيمة الإعلامية الكبيرة للحديث النبوى ، الذى يتلو قيمة القرآن الكريم فى أنه جاء تبيانا أو

---

(١) سورة الأنعام : آية رقم (٣٨) .
(٢) سورة الحجر : آية رقم (٩) .

تخصيصا لكثير من آيات القرآن الكريم التى جاءت مجملة أو مطلقة أو عامة . فالقرآن الكريم مثلا لم يبين تفاصيل الصلاة التى أمر بها مجملة [١] . وجاء حديث النبى وفعله فأوضح أوقاتها وكيفياتها وحينما حرم القرآن الكريم الخمر جاء الحديث الشريف فبين المراد بالخمر وأى المقادير يحرم ... ونحو ذلك .

كذلك تعرض لرسول الله ﷺ حوادث يقضى فيها ، وأسئلة يجيب عنها ، ومجادلة أخذ وعطاء ، والتصرف فى فنون الحرب والسلام . والرسول ﷺ موكول إليه بيان القرآن الكريم ؛ ورسم معالم الشريعة فى ظل هذا الكتاب العظيم ، ويعتبر العلماء أن ما صح عن النبى وحى غير متلو ، يؤكد ذلك قوله تعالى : « وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحى يوحى » [٢] .

ويعتبر الدكتور عبد اللطيف حمزة [٣] أن كل حديث من أحاديث الرسول ﷺ كان بمثابة شعار لثورة الإسلام . ووظيفة الشعار فى كل ثورة هو تلخيص العمل الذى جاءت من أجله والأفكار التى أتت لإعلانها والمناداة بها ، وعليها يعتمد الزعماء فى إذكاء شعور الجماهير وفى إقناعهم بالدعوة الجديدة ، وتحوى كتب الأحاديث على كل ما يسعى المسلم لمعرفته ، ويرغب فى التزود به ، وهو ما لا نستطيع حصره ، ولا مجال هنا لذكره فى هذه الدراسة المجملة .

موقف الإعلام الإسلامى من الجهاد فى سبيل الله :

لا يستطيع أى منصف أن ينكر الدور البارز الذى لعبه الجهاد فى سبيل نشر الدعوة الإسلامية ، وتعتبر غزوات الرسول ﷺ أقوى عوامل انتشار الإسلام ، وهل نستطع أن ننكر أن الفتوحات الإسلامية قد ساهمت بشكل فعال فى نشر دعوة الإسلام على هذه الرقعة الفسيحة من الأرض ؟ ولكن هل كانت

---

(١) أحمد أمين . فجر الإسلام . ص ١٢٩ .
(٢) سورة النجم : آية رقم (٣) .
(٣) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق ص

هذه الفتوحات هدفها التوسع وفرض السيطرة والسلطان على هذه الأمم ظلما وعدوانا ؟ أنه ليس أمامنا إلا كتاب الله الذى حث على عدم الاعتداء ، وحدد العدو الذى ينبغى قتاله ، فقال تعالى : « وقاتلوا فى سبيل الله الذين يقاتلونكم ولا تعتدوا إن الله لا يحب المعتدين » (١) .

ولم يؤذن للرسول ﷺ ابدا أن يبدأ بقتال أحد ولكن الحروب التى خاضها كلها كانت حروبا دفاعية بالدرجة الأولى . ولم يدخل المسلمون فى حروب مع الدولتين الفارسية والرومانية فيما بعد إلا بعد أن بدءوا هم بالعدوان وقيامهم بقتل بعض من أسلم من القبائل المجاورة كما عملوا على القضاء على هذا الدين الجديد الذى يهدد طموحهم وأطماعهم الاستعمارية فى الجزيرة العربية (٢) .

فالجهاد والفتوحات الإسلامية لم يكن هدفها العدوان والاستيلاء على أراضى الغير ، ولكنه التطلع النفسى الذى يثيره حق الدعوة فى نفوس أصحابها فقد خرجت الجماعة الإسلامية داعية إلى الله يملؤها هذا الاحساس الذى يموج فى صدور الدعاة ويتدفق فى أعماقهم (٣) .

وحين أراد الرسول ﷺ تحقيق عالمية الإسلام لم يلجأ إلى الفتح أو الغزو العسكرى ، ولكنه سلك طريق الدعوة السلمية حيث بعث رسائله التاريخية إلى ملوك وأمراء الدول يدعوهم إلى الإسلام ، فكانت ردود الفعل عنيفة لدى بعضهم مثل كسرى الامبراطور الفارسى الذى مزق خطاب النبى ، وقتل الرسول الذى يحمل هذا الخطاب ، بل أنه بعث إلى نائبه فى حكم اليمن يطلب منه إرسال قوة عسكرية إلى المدينة للقبض على الرسول ﷺ . كما كانت ردود الفعل رافضه لدعوة الإسلام لدى البعض الآخر مثل هرقل امبراطور الروم . ولما كانت وسائل

---

(١) سورة البقرة : آية رقم (١٩٠) .
(٢) على حسنى الخربوطلى . تاريخ العالم الإسلامى ، المصدر السابق . ص ٣٦ ، ٣٧ .
(٣) شكرى فيصل . حركة الفتح الإسلامى فى القرن الأول . ص ١٠٩ .

الاتصال التى تعتمد عليها الدعوة الإسلامية محدودة وقاصرة عن الوصول إلى هذه الشعوب التى يجثم على أنفاسها هؤلاء الحكام الطغاة ، كانت الوسيلة البديلة ، سلميا ، هى لقاء دعاة الإسلام بالجماهير فى الأراضى الفارسية والرومانية يدعونهم للإسلام ويشرحون لهم تعاليمه ، ولكن هاتين الدولتين لم تسمحا أبدا باختراق دعاة المسلمين حدودها ليلتقوا بهذه الشعوب المغلوبة على أمرها فى صفاء وسلام فلم يكن أمام المسلمين من وسيلة إلا الجهاد ، ومن ثم كانت الفتوحات الإسلامية التى حدثت فيما بعد لتأمين وصول دعاة الإسلام (١) إلى هذه الدول هى البديل الوحيد أمام المسلمين لتعريف هذه الشعوب بحقيقة دعوتهم . وإن الجهاد العسكرى والفتوح الإسلامية التى حدثت فيما بعد كانت أكثر الوسائل فعالية لرفع الغشاوة عن هذه الجماهير وإتاحة الفرصة لها لمعرفة هذا الدين دون إكراه لأحد على اعتناقه ولاسيما أهل الكتاب ، لأن الإسلام كدين إذا استخدم السيف لفرض دعوته على أهل الكتاب فى أى مكان فإنه بذلك يعمل ضد المبادىء والأسس التى قام عليها ، فالشريعة الإسلامية ترفض أن يغير هؤلاء الذميون دينهم تحت تهديد الموت لأن فى ذلك مخالفة صريحة للقرآن والتعاليم المحمدية كما يقول كالڤرلى (٢) .

ويقرر القرآن الكريم فى فلسفة الحرب الإسلامية تربية النفوس المسلمة على حب السلام ، قال تعالى : « يا أيها الذين آمنوا ادخلوا فى السلم كافة » (٣) فما يقرر فى هذا الصدد أن الحرب قد تكون فرضا على الرغم من طبيعة الإنسان الكارهة للقتال ، قال عز وجل : « كتب عليكم القتال وهو كره لكم » (٤) . وفى نفس الوقت فإن القرآن الكريم يدعو المسلمين إلى المسارعة لتلبية نداء السلام إذا وجه لهم من أعدائهم بدليل قوله الله تبارك وتعالى : « وإن جنحوا للسلم فاجنح لها وتوكل على الله » (٥) .

---

(١) على حسن الخربوطلى ، المصدر السابق ، ص ٩٧ .

(٢) Calvereley, E.E Islam, An inttroduction vol. p. 20.

(٣) سورة البقرة : آية رقم (٢٠٨) .

(٤) سورة البقرة : آية رقم (٢١٦) .

(٥) سورة الانفال : آية رقم (٦١) .

كما أن الحرب الإسلامية تحكمها أخلاقيات هذا الدين فكانت وصايا الرسول ﷺ وأبى بكر وعمر من بعده لقادة الجيوش بعدم قتل النساء والأطفال والشيوخ وعدم هدم المنازل وقطع الأشجار وارتكاب المعاصى ، وأن يحسنوا معاملة الأسرى وعدم الغدر بهم (١) ، فهل بعد هذا نستطيع القول بأن الحرب الإسلامية كان هدفها الدمار والتخريب والتعطش للقتال ، والسيطرة على أراضى الغير . لقد حمل الإسلام منذ البداية – كما يقرر توماس أرنولد – طابع الدين الذى يقوم على الدعوة ، ويسعى لجذب قلوب الناس لتحويلهم إليه ، ويحثهم على الدخول فى زمرة المؤمنين ، وظلت الدعوة الإسلامية تنهج هذا النهج إلى اليوم . وينفى أرنولد اتهام الأوربيين فى هذا الشأن وقولهم أنه منذ أن هاجر الرسول ﷺ إلى المدنية لم يعد ذلك البشير النذير ، وإنما أصبح متعصبا مندفعا يستغل كل ما فى سلطته من قوة ومهارة سياسية فى فرض نفسه وفرض آرائه (٢) .

وإذا كان الجهاد والفتوحات الإسلامية وسيلة ضرورية لنشر الدعوة الإسلامية ، والحفاظ عليها أيضاً فى وقت من الأوقات بسبب عدم توافر وسائل الاتصال الجماهيرية فى ذلك الوقت فإننا لا نستطع الاستغناء عن هذه الوسيلة الآن للحفاظ على هذه الدعوة ، وأن الهجمة الصهيونية الشرسة والتى سلبت إحدى المقدسات الإسلامية ، وتسعى للمزيد لخير دليل على صحة هذا الكلام .

رجال الإعلام الدينى أو دعاة الإسلام

أن توافر العناصر الإعلامية يعتبر من أهم العوامل التى تحقق النجاح للعمل الإعلامى ، ذلك أن رجل الإعلام الناجح يمثل دعامة رئيسية يقوم عليها البنيان الإعلامى . وفى غياب رجل إعلام مؤمن برسالته ، متفهم لطبيعة عمله ، قادر على التكيف مع جماهيره ، متحمس لمشاكلهم ، مدرك لأبعاد حياتهم ،

---

(١) أحمد محمد جمال . محاضرات فى الثقافة الإسلامية . ط ٣ . ص ٢٢٦ – ٢٢٨ .

(٢) ارنولد توماس . الدعوة الإسلامية . ترجمة حسن إبراهيم حسن وعبد المجيد عابدين . ص ٥٤ ، ٦٢ .

شغوف بعمله محب له ، يتوافر له من الذكاء ، والموهبة ، والخلفية الثقافية الواسعة والمتنوعة ، حاصل على القدر الكافى من الدراسة الإعلامية الشاملة والمتعمقة فى مجال تخصصه ، لديه من القدرات الضرورية والملازمة لطبيعة عمله كالصبر ، والموضوعية ، والتواضع .. أقول فى غيبة رجل إعلام تتوافر فيه هذه الصفات سالفة الذكر فإن الخطط الإعلامية لن يكتب لها النجاح حتى ولو كانت الرسالة الإعلامية تعالج موضوعا هاما وجذابا ، يتناول جوانب هامة وخطيرة تمس سلامة الوطن وأمنه ومستقبله ، وتستخدم وسائل مؤثرة وفعالة ، لأن هذا الرجل سوف ينحاز بها عن أهدافها ، أو يفقدها قيمتها وجاذبيتها .

وقد سبق أن عرضنا للمواصفات اللازمة لرجل الإعلام بصفة عامة إلا أنه لا يكتفى فى رجل الإعلام الإسلامى توافر الشروط الواجب توافرها فى رجل الإعلام بصفة عامة ، ولكن بالإضافة إلى ضرورة توافر نفس هذه الشروط فى رجل الإعلام الدينى فإنه لابد وأن يتحلى بصفة أخرى أساسية لتحقيق أهداف رسالته ، ونحن على يقين من أنه إذا فقد هذه الصفة فإنه سيسقط من أعين جماهيره ويفقد احترامهم وتقديرهم له ، وإذا تحلى بهذه الصفة فإنه سيحقق الكثير ، ويوفر على نفسه جهودا كبيرة يمكن أن تضيع إذا فقدها ، وهذه الصفة هى القدوة الحسنة ، وقد تناولناها بالدراسة فى شئ من التفصيل .

القصص غير القرآنى والإعلام الإسلامى

وهى إحدى الأساليب التى تعتمد عليها الدعوة الإسلامية لتثبت مفاهيم معينة أو إجلاء مفاهيم أخرى فى أذهان الجماهير . وتختلف القصص غير القرآنية عن القصص القرآنية فى أن الثانية ما هى إلا جزء من كتاب الله حملها الوحى إلى رسول الله فى حين أن الأولى تعتمد على الترغيب والترهيب [1] .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق . ص ٧٧ .

ويستطيع دعاة الإسلام فى أى موقع الاستعانة بهذه القصص لتثبيت معان معينة فى أذهان الجماهير أو القضاء على أفكار ومعان أخرى ، فإذا أراد رجل الإعلام الإسلامى حث الناس على العدل فيما بينهم ، وترغيب الحكام فى الحزم ، والسهر على راحة شعوبهم فما أكثر المواقف التى يستطيع ذكرها عن حياة عمر ابن الخطاب ، وإذا أراد ترغيب الشباب فى الجهاد والبطولة فحياة خالد بن الوليد وغيره من قادة المسلمين تمثل الأمل الذى يتطلع إليه كل شاب مسلم ، أما إذا أراد حثْ الجماهير على التضحية بالمال فى سبيل العقيدة فإن عثمان بن عفان قد ضرب أروع الأمثلة فى هذا الصدد ، كما يتمثل الفداء فى مواقف على بن أبى طالب ، والوفاء والإخلاص يتمثلان فى حياة أبى بكر الصديق وغيرهم ممن تمتلئ حياتهم بالقصص المؤثرة فى نفوس المسلمين . ويمكن تقديم هذه القصص من خلال أعمال درامية كما يحدث فى الأفلام والتمثيليات الإسلامية التى تعرض على شاشة السينما والتليفزيون أو عبر موجات الأثير .

التجمعات والشعائر الإسلامية مجال حيوى للإعلام الإسلامى

أدرك الدين الإسلامى قيمة الاتصال بين المسلمين بعضهم ببعض على أساس من الألفة والإخاء والصدق والإخلاص ؛ وحرص الإسلام على ذلك دائما ، وليس أدل على ذلك من اهتمامه بصلاة الجماعة ، حيث يجتمع المسلمون خمس مرات كل يوم ، وجعل ثواب صلاة الجماعة أفضل من ثواب الصلاة الفردية بسبع وعشرين مرة تتوجها صلاة الجمعة التى لا يجوز أداؤها بصورة فردية . وفى هذه التجمعات قيمة إعلامية كبيرة حيث يتم فيها تبادل الأخبار بين الناس بعضهم ببعض وتعميق المعرفة الدينية ، ودعم هذه الإتجاهات . ويتأثر سلوك الإنسان بالجماعة ، كما يؤثر فيها ، ويكمن تأثير الجماعة على سلوك أفرادها فى درجة الانصياع أو الخضوع لمعاييرها ، ذلك أن الفرد المسلم يسلك داخل جماعته الإسلامية المرجعية سلوكا إجتماعيا ينسحم مع قيم هذه الجماعة ومثلها العليا [١] ،

---

(١) حسنين عبد القادر . الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . ص ٣١ .

وكلما كان الخضوع والانصياع كبيرا أدى ذلك إلى توحيد سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم [١] .

ولا تقتصر اللقاءات الجماعية بين المسلمين على الصلاة فحسب ، ولكنها تتمثل بصورة واضحة فى المواسم والأعياد الإسلامية مثل موسم الحج . والعيدين ، وغيرها من المناسبات الدينية المختلفة ، وتأخذ هذه المواسم والأعياد شكل مؤتمرات إسلامية يمكن أن يلعب فيها الإعلام الإسلامى دورا مؤثرا فعالا ، وهل سيجد رجل الإعلام الإسلامى فرصة مهيأة وسانحة له مثل هذه المواسم والأعياد حيث يلتقى فيها المسلمون ؛ تجمعهم أفكار واحدة ، وقلوبهم متجردة لعبادة الله فى مكان واحد ، وزمان بعينه .

وإذا كانت المواسم والأعياد الدينية تعتبر بمثابة فرص مهيأة يمارس من خلالها الإعلام الإسلامى فيهما دوره على نطاق محلى . فإن الحج والعمرة تعتبر بمثابة فرص عالمية يمارس الإعلام الإسلامى فيهما دوره على الصعيد العالمى حيث يلتقى فى هذه المناسبات المسلمون من كل حدب وصوب مستجيبين لنداء الله على لسان نبيه إبراهيم « وأذن فى الناس بالحج يأتوك رجالا ، وعلى كل ضامر يأتين من كل فج عميق » [٢] ولقد شهد كاتب هذه السطور عن كتب هذه المواسم واستشعر القيمة الإعلامية لها والتى لو تم إعداد خطة إعلامية سليمة لاستثمارها لحقق الإعلام الإسلامى أهدافا يعجز عن تحقيقها فى ظروف أخرى عادية ، وكيف يستطيع أى جهاز إعلامى أو مجموعة أجهزة ، بل كيف يستطيع أى زعيم أن يجمع هذه الحشود الهائلة من الجماهير المنصاعة والمهيأة لقبول الرسالة الإعلامية الموجهة إليها ، ذلك أن هذه الرسالة سوف تحتل مكانها داخل الإطار الدلالى لهذا الجمهور .

---

(١) سعيد المغربى وكاميليا عبد الفتاح . علم النفس الاجتماعى . ص ١٣ - ١٦ .
(٢) سورة الحج : آية رقم (٢٧) .

لأن ما يقدم له من أفكار ومعلومات فى هذه المناسبات لن تجد عوامل وسيطة تحول دون وصولها أو إدراكها بطرق مختلفة ، فالمسلم هنا سوف يقوم بتنظيم المدركات التى تتضمنها هذه الرسالة الإعلامية فى هذا الوقت ، ويخلع المعانى على هذه المدركات وفقاً لإطار دلالى ملائم (١) .

ويوجد فى كثير من بلدان العالم الإسلامى إلى جانب المواسم والأعياد العامة ، مناسبات دينية خاصة تضم تجمعات كبيرة من المسلمين وتشهد حشودا هائلة من البشر كل عام داخل وحول المساجد والأضرحة مما يجعل من الأهمية الكبيرة الإعداد السليم لها ، وتحقيق الاستفادة الإعلامية منها بدلا من تركها تمر هكذا دون استثمارها ، فهى بمثابة فرص هامة يمكن الإستفادة منها لتحقيق النجاح للعمل الإعلامى الإسلامى .

---

(١) إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير . ص ٧٣٢ .

موقف الدعوة الإسلامية من الرأى العام

الرأى العام هو المجال الذى يعمل فى نطاقه أى عمل إعلامى ، وقد اهتمت رسالة الإسلام بجماهير الرأى العام وحفل القرآن الكريم فى كثير من آياته بهذه الجماهير ، كما حدد أساليب مخاطبتهم ، وفى هذا يقول محمد عبد الله دراز إن الإسلام يعترف بوجود محكمة غير مركزية وغير رسمية فى المجتمع ، مهيبة الجانب ، وهى محكمة الرأى العام . وهذه المحكمة هى التى تصدر الأحكام التى ترفع أناسا وتخفض آخرين وهى صوت الأمة (١) .

ويؤكد الإسلام على ضرورة الرجوع إلى الرأى العام للاستعانة به فى مختلف الأمور ، قال تعالى لرسوله ﷺ : « وشاوروهم فى الأمر » (٢) وأكد ذلك فى سورة الشورى بقوله عز وجل « وأمرهم شورى بينهم (٣) وجعل حكم الرأى العام على المؤمن شريكا لحكم الله ورسوله فى تقويم أعمال المسئولين ومحاسبتهم ، فقال تعالى : « وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون » (٤) .

وقد نهج الرسول الكريم هذا المنهج فكان يرجع إلى أصحابه وقادة الرأى يستعين بهم فيما لم يرد بشأنه نص ، بل ويرجع عن خططه إذا وجد فى رأيهم صوابا . وكثيرا ما كان يقول لهم « أنتم أعلم بأمور دنياكم ما كان من أمر دينكم فإلى وما كان من دنياكم فأنتم أعلم به » ، وقد سار الخلفاء الراشدون على هذا المنوال ، وفى سير حياتهم من الأدلة الناجحة ما يؤكد هذه الحقيقة (٥) .

---

(١) محمد عبد الله دراز : دراسات إسلامية فى العلاقات الإجتماعية . ص ٥٥ – ٧٧
(٢) سورة آل عمران : آية رقم (١٥٩) .
(٣) سورة الشورى : آية رقم (١٣٨) .
(٤) سورة التوبة : آية رقم (١٠٥) .
(٥) عبد الله غوشة فى محمد خلف الله . الثقافة الإسلامية والحياة المعاصرة ص ١١٢ ، ١١٣ .

وقد قسم الدكتور عبد الكريم زيدان الرأى العام تجاه الدعوة الإسلامية إلى أربع فئات هى [١] :

الفئة الأولى :

وهى فئة الذين يحتلون مواقع القيادة والريادة فى مجتمعاتهم وهم ذوو النفوذ والسلطان ؛ استنادا إلى سلطة أو علم أو جاه ، وهؤلاء غالبا ما يأخذون موقفا معاديا من أى دعوة جديدة ، وقد كانوا يرفضون دعوة الرسل ويعارضونهم خشية ضياع نفوذهم ومراكزهم وسلطانهم ، وهؤلاء هم الذين أسماهم القرآن « الملأ » فقال فيهم : « فقال الملأ الذين كفروا من قومه ما نراك إلا بشرا مثلنا [٢] » . وقال جل وعلا : « وانطلق الملأ منهم أن امشوا واصبروا على آلهتكم إن هذا إلا شئ يراد [٣] » وهؤلاء هم الذين نطلق عليهم قادة الرأى Opinion Leaders وهم الذين يلعبون أخطر الأدوار وأكثرها فعالية فى توجيه الجماهير التابعة لهم .

الفئة الثانية

وهم جمهور العامة ، وهم الأكثرية من الناس وهؤلاء أسرع من غيرهم فى الاستجابة لقول الحق فى كل الأوقات ، فهم أتباع رسل الله ، يصدقونهم ويؤمنون بهم . ويرجع سرعة استجابة جمهور العامة للحق وقبول الدعوة إلى الله تعالى إلى عدم وجود الموانع لديهم الموجودة لدى « الملأ » كحب الرئاسة والسيطرة والأنفة من الانقياد ، إلا أنه على الرغم من أن جمهور العامة مهيأ للاستجابة السريعة أكثر من غيره ، فإن هناك احتمالا لتأثره بمكائد الملأ وتضليلهم لهم بدوافع الخوف أو الإغراء بالمال أو الشبهات ، كاتهامهم الداعى بالضلال والسفاهة . قال تعالى : « قال الملأ الذين كفروا من قومه إنا لنراك فى سفاهة وإنا لنظنك من

---

(١) عبد الكريم زيدان . أصول الدعوة . ص ٣٦٣ ، ٣٩٣ .
(٢) سورة هود : آية رقم (٣٧) .
(٣) سورة ص : آية رقم (٦) .

الكاذبين [١] » ، وقال تعالى على لسان نبيه نوح : « رب أنهم عصونى واتبعوا من لم يزده ماله وولده إلا خساراً » [٢] .

الفئة الثالثة :

وهم جمهور المنافقين وهؤلاء هم الذين يظهرون غير ما يبطنون ويظهر هؤلاء بصفة عامة إذا وجدوا أنفسهم قلة ، واستجاب معظم الناس إلى دعوة الله ودخل الإيمان قلوبهم ، وصارت السيادة للمؤمنين المستجيبين ، وأصبح المجتمع إسلاميا ، فلا يقووا على مواجهة الكثرة ، فيلجئون إلى نفاقهم ، وقد واجه الرسول ﷺ هذه الفئة فى المدينة بعد أن انتشر الإسلام بها وصار للمسلمين قوة وسلطان ، وقد قال فيهم القرآن : « وإذا لقوا الذين آمنوا قالوا آمنا وإذا خلوا إلى شيطانهم قالوا إنا معكم إنما نحن مستهزئون » [٣] وهؤلاء حكم الله عليهم بقوله « إن المنافقين فى الدرك الأسفل من النار » [٤] وحددهم رسول الله فى حديثه القائل : « آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب وإذا عاهد غدر وإذا خاصم فجر » .

الفئة الرابعة :

وهم جمهور العصاة ، والعصاة هم فئة من الجماهير المسلمةو الضعيفة الإيمان وانزلاقهم إلى المعاصى سهل . والعصاة كما عرفهم عبد الكريم زيدان هم الذين نطقوا بالشهادتين ولكنهم يرتكبون بعض المخالفات لأحكام الإسلام ، ومنهم كثير المعاصى ، ومنهم المقل لها ، وبين هذا وذاك درجات كثيرة [٥] .

---

(١) سورة الأعراف : آية رقم (٦٦) .
(٢) سورة نوح : آية رقم (٢١) .
(٣) سورة البقرة : آية رقم (١٤) .
(٤) سورة النساء : آية رقم (١٤٥) .
(٥) عبد الكريم زيدان . المصدر السابق . ص ٣٥٦ .

وعلى خطة الإعلام الإسلامى أن تضع فى اعتبارها كل هذه الفئات ، وتتعامل مع كل فئة منها بما يلائمها وحسب قوة إيمانها ، وتختار الوسيلة الفعالة وتعد الرسالة الملائمة لكل صنف من أصناف الرأى العام .

ودعوة الإسلام لم تقتصر على صنف من الناس دون غيرهم أو قطاع معين من الرأى العام . ولكنها دعوة عالمية توجه إلى الناس كافة ، فليست خاصة بجنس دون آخر أو طبقة دون أخرى ، فالإنسان حيث يوجد وكيفما كان يجب أن تصله هذه الدعوة بدليل قوله تعالى : « قل يا أيها الناس إنى رسول الله إليكم جميعا » [1] .

وقال سبحانه وتعالى : « وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيرا ونذيرا » [2] . وهكذا نرى ، أن القرآن الكريم نص على عالمية الرسالة الإسلامية « إن هو إلا ذكر وقرآن مبين لينذر من كان حيا ويحق القول على الكافرين » [3] .

وقال تعالى : « هو الذى أرسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله ولو كره الكافرون » [4] .

وإذا كانت الدعوة الإسلامية يتسع مجالها لنخاطب الرأى العام فى العالم كله ، انطلاقا من صلاحية هذا التشريع لكل البيئات وكل المجتمعات ، فإن هذا المجال يتسع ليغطى الرأى العام على مر العصور ، حيث إن الرسالة الإسلامية وإن كانت مؤسسة على قواعد معينة فى العقيدة لا يجوز التغيير والتبديل فيها مهما تغيرت الأزمنة وتغيرت الأمكنة وتبدلت الأحوال لأنها من الأمور الثابتة التى لن يستطيع العقل البشرى إثبات خلافها مطلقا كالتوحيد ، وتأتى المصلحة العامة لتأكيد ما بها ، كحرمة الربا وشرب الخمر . إلا أن هذه الشريعة متحركة غير جامدة ، مرنة تقبل التطور والتجديد بما يتلاءم مع مقتضيات العصر وحاجاته

---

(١) سورة الأعراف : آية ١٥٨ .

(٢) سورة سبأ : آية رقم (٢٨) .

(٣) سورة يس : آية رقم (٦٩ - ٧٠) .

(٤) سورة الصف : آية رقم (٩) .

وحسبما تمليه الحوادث وترسمه الأيام ، ولهذا أصبحت شريعة عامة على اختلاف الأزمنة والأمكنة ، وقد فتح الإسلام باب الاجتهاد على مصراعيه ، وهذا الباب واسع جدا يجرف كل عقبة تقف أمام التطور فى مسيرة حياة الأمم والشعوب ، وقد تقرر فى القواعد الفقهية أنه لا ينكر تغيير الأحكام بتغيير الأزمان .. فالأحكام المتشابهة فى الواقع قد تختلف باختلاف أزمان وقوعها لاختلاف العادة والعرف [1] ، بل إن الإسلام قد حارب الجمود على المألوف والتقليد الأعمى الذى يعمى أصحابه عن رؤية الحقيقة . فقال تعالى « بل قالوا إنا وجدنا آباءنا على أمة وانا على آثارهم مهتدون » [2] .

وقال عز وجل : « قل اولو جئتكم بأهدى مما وجدتم عليه آباءكم ، قالوا انا بما أرسلتم به كافرون » [3] .

وهكذا نرى أن الدعوة الإسلامية لا تتوقف عند بيئة معينة أو زمان معين ولكنها تتسع لتخاطب الرأى العام فى كل زمان ومكان انطلاقا من حقيقة صلاحية هذه الرسالة لكل زمان وكل مكان .

---

(١) منير القاضى ، محمد خلف الله . المصدر السابق . ص ١٢٧ - ١٢٩ .
(٢) سورة الزخرف : آية رقم (٢٢) .
(٣) سورة الزخرف : آية رقم (٢٤) .

الفصل الرابع

الإعلام الإسلامى فى مصر الإسلامية

انتشار الإسلام فى مصر

تتناول الدراسة فى هذا الفصل معالجة العمل الإعلامى الإسلامى فى مصر فى فترة زمنية معينة من تاريخها ، وهى الفترة التى عاشت فيها مصر تحت حكم خلافات أو دول ، أدارت أمور البلاد وحكمتها باسم الإسلام ، سواء صدقت نياتها فى خدمة أهداف الإسلام وتحقيق غاياته ، أم ادعت ذلك واتخذته ستارا لتحقيق مآربها الخاصة ، والحفاظ على نظم الحكم التى أقامتها ، إلا أنها على أى حال ، كانت تستمد شرعية وجودها فى ذلك من منطلق اسلامى . وفى الحالتين فإننا نرى أنها كانت مضطرة للاستعانة بالإعلام الإسلامى لتحقيق أهدافها الخاصة ، والتأثير على الرأى العام فى مصر لكسب تأييده لها وتدعيم وجودها ، وهذا هو ما دفعنى إلى دراسة العمل الإعلامى الإسلامى فى هذه الفترة من التاريخ المصرى ، وهى الفترة التى اصطبغت فيها البلاد بصبغة دينية بحكم تبعيتها للخلافات الإسلامية آنذاك ، أو قيادتها للعالم الإسلامى ، ونقل عاصمة الإسلام إليها ، بغض النظر عن أهداف الحكومات فى ذلك الوقت .

ويبدأ تاريخ مصر الإسلامية فى أعقاب الإنتهاء من الفتح الإسلامى للديار المصرية على يد عمرو بن العاص والسيطرة عليها حوالى عام ٢٢ هـ الموافق ٦٣٢ م ، وهى الفترة التى انتهت بجلاء الحملة الفرنسية على مصر وبداية حكم محمد على عام ١٨٠٥ م .

وقد اختار الباحث دراسة الإعلام الإسلامى فى هذه الحقبة من تاريخ مصر ، نظراً لما تميزت به من مميزات معينة كان الدين فيها هو الغالب على كافة مظاهر الحياة ، كما أن حكم محمد على لمصر كان يمثل مرحلة جديدة فى تاريخ البلاد ، تم فيها بناء دولة مصر الحديثة ، ونحت فيه البلاد منحى علمانيا ، واستقل بها استقلالا فعليا عن الخلافة الإسلامية فى الآستانة ، وبدأت مرحلة جديدة من حياتها تغير فيها مجرى تاريخها ، وانعكس ذلك على مختلف مظاهر الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بها فى مصر .

ومن ثم فإن الهدف من دراسة الإعلام الإسلامى فى هذه الفترة بالذات هو :

١ - إيضاح الأساليب والوسائل الإعلامية الفريدة التى استخدمت فى هذه الفترة الزمنية من تاريخ مصر ، حيث إن الوسائل الإعلامية التى كانت توجه إلى الرأى العام قد غلب عليها الطابع الدينى ، بحكم دخول مصر فى نطاق الدولة الإسلامية الواحدة ، ولذا فإنه من الأهمية بمكان دراسة الإعلام الإسلامى فى هذه الفترة ومعرفة أثره على الرأى العام ، وبالتالى استخلاص نواحى القوة وعوامل الضعف ، والأساليب الكامنة وراء ذلك للاستفادة منها بغية استكشاف هذه الحقائق ، وبحث إمكانية الاستعانة بها ، واستثمار ما تسفر عنه من نتائج علمية بهدف قيام مدرسة إسلامية للإعلام فى عالمنا المعاصر لها اسسها العلمية ، وقيمها الخلقية ، ومفاهيمها الإسلامية ، تلتزم فى كل ما يصدر عنها بكتاب الله وسنة رسوله .

٢ - إن إزدهار الإعلام الإسلامى ازدهارا بالغاً فى بعض الفترات الزمنية من تاريخ مصر الإسلامية ، قد ترتب عليه تأسيس وزارات وأجهزة إعلامية دينية فريدة فى ذلك العصر ، انفردت بها مصر عن سائر الدول الإسلامية ، وحققت نتائج بالغة الأهمية . وإنحسار مد الإعلام الإسلامى فى فترات أخرى من تاريخ مصر الإسلامية قد ترتب عليه نتائج أخرى سلبية وهذا وذاك يعطيان مؤشرات لها أهمية خاصة ، ينبغى إماطة اللثام عنها ودراسة أسبابها ونتائجها .

٣ - لقد استثمر الحكام فى مصر الإسلامية العمل الإعلامى الإسلامى للوصول إلى أغوار الشعب المصرى ، والتأثير فيه ، سواء أكان ذلك لصالح الدين أم لصالحهم الخاص ، وليس أدل على ذلك من أن مصر الإسلامية قد مرت بعصور مزدهرة ، كما مرت بفترات ظلام دامس ، وتسلط عليها حكام مغامرون وأجانب وهى راضية ، لا حبا فى هؤلاء الحكام ولكن خضوعاً للتأثير الدينى ، وخشية خروجها عن دائرة الحكم الإسلامى . ومن هنا لابد أن نعرف كيف استطاعت هذه الدول المتعاقبة على حكم مصر الإسلامية إخضاع هذا الشعب وكسب رضاه عن سياستها ، مستخدمة فى ذلك العمل الإعلامى الإسلامى بالدرجة الأولى .

ولقد أحدث استخدام أساليب ووسائل إعلامية مميزة فى مختلف العصور فى مصر الإسلامية تأثيرات عميقة فى المجتمع المصرى ، مما أدى إلى تغيير مجرى التاريخ المصرى . وإن كانت الوسائل والأساليب الحديثة فى الإعلام قد حلت محل الكثير منها أو أضافت إليها ، إلا أن بعضها لا يزال له دور بارز فى العمل الإسلامى بوجه عام ، والإعلام الإسلامى بوجه خاص .

ومن ثم فإن هذه الدراسة تعالج وسائل وأساليب وأدوات الإعلام الإسلامى ، وتلقى الأضواء عليها ، فى هذه العصور .

وسوف نتناول فى دراسة خاصة بإذن الله الإعلام الإسلامى فى مصر الحديثة والتى يتم التأريخ لها اعتبارا من عام ١٨٠٥ م وهو التاريخ الذى يبدأ بتولى محمد على وأسرته من بعده حكم مصر وموقف الإعلام الإسلامى من الثورات الشعبية التى حدثت فى هذه الفترة وعلى رأسها الثورة العرابية وثورة ١٩١٩ ، ثم موقف ثورة عام ١٩٥٢ من الإعلام الإسلامى على الصعيدين الداخلى والخارجى وحتى الآن .

وترجع أهمية دراسة الإعلام الإسلامى فى مصر إلى العوامل الثلاثة التالية : -

(١) العامل الحضارى : -

تؤكد الحقائق التاريخية الدور الحيوى الذى كان ولا يزال يحدثه التأثير الدينى فى حياة مصر وشعبها منذ أقدم العصور وحتى الآن ، وطبع هذا التأثير حياة هذا الشعب بطابع مميز ، تاركا بصماته الواضحة فى مختلف مراحل حياته ، فقد وصل المصريون القدماء فى عباداتهم إلى درجة راقية ، وخطوا خطوات واسعة فى سبيل البحث عن القوة العليا التى تسيطر على هذا الكون وتدبر أموره ، كما أنهم جعلوا لهذا الكون خالقا ، يتوجهون إليه بالعبادة ؛ ويتقربون إليه بالعمل ابتغاء مرضاته ، ذلك أنهم قد رأوا فى السموات والأرض وما بينهما آيات من صنعه . وعرف المصريون التوحيد قبل أن يعرفه غيرهم من الشعوب ، وتجلى ذلك فى دعوة إخناتون إلى عبادة إله واحد لا شريك له .

وهذا الإله الواحد فى علم اللاهوت المصرى قد بلغ أعلاه كقوة خالدة للنشوء والتناسل والتنقل وإعادة الحياة ، وقد كانت هذه الدعوة بالنسبة لاخناتون بمثابة ثورة دينية (١) .

وقد تميزت الديانة المصرية القديمة بخصائص ثلاث هى الاعتقاد فى البعث والخلود ، والإيمان بالثواب والعقاب ، والسمو إلى الوحدانية . وهذا يؤكد أن مصر كانت المعلمة الأولى للإنسانية ، بل أنها كانت أول بلد فى العالم استيقظ فيه ضمير الإنسان كما يؤكد ذلك العالم الأمريكى هنرى برستيد والمؤرخ لافيس (٢) . وقد أكد هيرودوت هذه الحقيقة حين وصف المصريين بأنهم أشد البشر تدينا ، وأنه لم يعرف شعب من الشعوب بلغ من التقوى مابلغه المصريون (٣) .

(٢) العامل الدينى : -

لقد ظل الفكر الدينى يحدث آثاره فى حياة شعب مصر ، وظلت العقيدة الدينية هى المحرك الرئيسى لحياته ، وقد دعم هذا الاتجاه ومنحه من القوة الظروف التى مرت بها مصر وجعلت منها مهبطا لكثير من الأنبياء والرسل .

وتتضح هذه الحقيقة الدينية فيما يلى :

(أ) إنه حين دخلت المسيحية مصر كافح المصريون فى سبيل انتشارها على الرغم من الاضطهاد والتعذيب الذى مارسته الدولة الرومانية الشرقية التى كانت تحكم مصر فى ذلك الوقت ، ضد معتنقى هذه الديانة ، ووصل بهم الأمر إلى أنهم كانوا يقومون بذبح المسيحين وحرقهم وإلقائهم إلى الوحوش الضارية ، فكانوا يفرون إلى الصحراء ويقيمون بها الأديرة ، ويعتصمون بكهوفها ، ويمارسون فيها

---

(١) عبد القادر حمزة . على هامش التاريخ المصرى القديم . ص ١٠٢ .

(٢) المرجع السابق . نفس الصفحة .

(٣) محرم كمال . الديانة المصرية القديمة . ص ٤ .

أيضاً أنواعا من الزهد والتقشف ، وبدأت بذلك حياة الرهينة فى مصر التى كانت ابتكارا مصريا خالصا ، استعمله المصريون سلاحا ضد هؤلاء الطغاة [١] .

وهكذا نرى أن التأثير الدينى قد مارس دوره الفعال فى حياة مصر القبطية ، التى رحبت بالديانة المسيحية ، ووجد فيها المصريون من التعاليم السامية ، والقيم والمثل العليا ما جعلهم يقبلون عليها إقبالا منقطع النظير .

(ب) أشار القرآن الكريم فى كثير من آياته إلى الدور المميز الذى اختاره الله لمصر والذى أكده الكندى بقوله : « إنه لا يوجد بلد من البلدان فى جميع أقطار الأرض أثنى عليه القرآن بمثل ما أثنى على مصر أو وصفه بمثل ما وصف مصر » [٢] .

ذلك أن اسم مصر قد ورد عدة مرات فى كثير من آيات القرآن الكريم منها على سبيل المثال قوله تعالى فى سورة يوسف : « وقال ادخلوا مصر إن شاء الله آمنين » [٣] ، وقوله عز وجل : « وقال الذى اشتراه من مصر لامرأته أكرمى مثواه » [٤] . وقوله تعالى على لسان فرعون فى سورة الزخرف : « اليس لى ملك مصر وهذه الأنهار تجرى من تحتى أفلا تبصرون » [٥] ، وقوله تعالى فى سورة يونس : « وأوحينا إلى موسى وأخيه أن تبوءا لقومكما بمصر بيوتا واجعلوا بيوتكم قبلة » [٦] .

---

(١) جمال مختار . الحضارة المصرية القديمة وعلاقتها بحضارات الوطن العربى . ص ٨٤ .

(٢) عمر بن يوسف الكندى . فضائل مصر . ص ٤ .

(٣) سورة يوسف : آية رقم (٩٩) .

(٤) سورة يوسف : آية رقم (٢١) .

(٥) سورة الزخرف : آية رقم (٥١) .

(٦) سورة يونس : آية رقم (٨٧) .

(٣) العامل التاريخى : -

إنه بعد أن تم الفتح الإسلامى لمصر على يد عمرو بن العاص عام ٦٤٣ م ، ثم دخول المصريين فى الإسلام ، أسلمت مصر قيادتها فترات طويلة من تاريخها إلى حكام غير مصريين أستثمروا قوة التأثير الدينى فى نفوس هذا الشعب ، فسلبوه إرادته باسم الدين ، فبعد العصر الإسلامى الأول - وكان بمثابة مرحلة انتقال - توالى على حكم مصر الطولونيون ؛ ثم الأخشيديون ؛ فالفاطميون ؛ ثم جاء بعدهم الأيوبيون ؛ فالعثمانيون ؛ وحتى الفرنسيون الذين جاءوا بحملتهم عام ١٧٩٨ م بقيادة نابليون بونابرت لاحتلال مصر ، استطاعوا أن يدركوا هذه الحقيقة وعرفوا كيف ينفذون إلى قلوب المصريين عن طريق الدين ، ثم جاء محمد على الذى لعب رجال الدين دورا كبيرا فى وضعه على قمة السلطة فى مصر ، بعد أن استطاع أن يكسب ودهم ورضاهم عنه ، وظل البيت العلوى يحكم مصر منذ عام ١٩٠٥ إلى عام ١٩٥٢ م . حيث قامت ثورة يوليو وجاءت بأوضاع جديدة هى فى حاجة إلى دراسة موضوعية وأمينة لاستكشاف الدور الذى لعبه الدين فى حياة الشعب المصرى إبان تلك الحقبة ، مع بيان موقف السلطة من الإعلام الإسلامى ورجاله وهو موضوع جدير بالذكر والدراسة انطلاقا من الحقيقة الخالدة التى ظلت تضرب بجذورها فى أعماق هذا الشعب طوال تاريخه ، وهى قوة ارتباطه بالدين .

(٤) العامل الحاضر : -

أنه لا يزال الإنسان المصرى - كما نعتقد - يتميز بهذه النزعة الدينية المتأصلة فى أغواره ، تلك النزعة التى تقوده إلى إتخاذ المواقف نحو مختلف الأمور التى تواجهه على الصعيد السياسى والاقتصادى والاجتماعى ... إلخ . ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة بصورة جلية فى ريف مصر الذى ينتمى إليه كاتب هذه السطور وعاش فيه كل حياته . ومن خلال هذه المعايشة والمشاركة نستطيع أن نستخلص مدى قوة التأثير الدينى فى تشكيل آراء جماهير القرية المصرية ، بل أن هذا التأثير يكاد يكون النافذة

التى ينفذ منها كل من يحاول الحصول على استجابة الناس نحو قضية ما ، أو يقنعهم بتبنى موقف معين .

هذه الملاحظة ليست فى حاجة إلى عمق فى التفكير ، أو إجهاد للذهن لاكتشافها أو التعرف عليها فى الريف المصرى ، بل يستطيع أن يخرج بها كل من ينتمى ويعيش الواقع الذى يعيشه أبناء الريف . وقد تبين لنا من خلال العرض السابق أن هذه الظاهرة ليست وليدة عصر من العصور ، أو دولة من الدول ، ولكنها ظاهرة قديمة قدم الوجود الحضارى على أرض مصر عميقة فى نفوس هذا الشعب عمق تاريخه ذاته .

وقد أدرك المسئولون عن تنمية المجتمع المصرى فى بعض المواقع هذه الحقيقة فعملوا على الاستفادة منها فى خططهم ومشروعاتهم . فإذا أراد القائمون على جهاز تنظيم الأسرة والسكان إقناع الجماهير بتنظيم أسرهم ، فإنهم يعبرون إلى هذه الجماهير من خلال معابر دينية ، ويظهر ذلك واضحا فى الحديث النبوى المعلق على مداخل مراكز تنظيم الأسرة فى كل مكان ، وهو بمثابة شعار لفكرة تنظيم الأسرة ، والذى ينص على أن « جهد البلاء ، فى كثرة العيال مع قلة الشئ » .

وما يقال عن تنظيم الأسرة ينطبق على مختلف القضايا الأخرى مهما تنوعت أشكالها ، وتعددت موضوعاتها ولا سيما قضايا الرأى الخلافية التى أتت بها المدينة الحديثة ، وولدتها ظروف العصر مثل قضية تعليم المرأة وتوظيفها ومساواتها بالرجل فى الحقوق والواجبات ، أو المشروعات المستحدثة مثل فكرة التأمين على الحياة ، وإيداع الأموال فى البنوك بفوائد محددة ومؤكدة ، أو استثمار رءوس الأموال فى شراء سندات التنمية والجهاد .

وترجع أهمية دراسة هذا التأثير على الرأى العام ، ومعرفة حجمه ، ومداه ، إلى العمل على إستكشاف كيفية استثمار هذا التأثير لصالح الفرد والمجتمع فى ريف مصر عن طريق تحصين الجماهير بحقائق الدين الإسلامى لحماية هذا المجتمع

والحفاظ عليه من أخطار الجهل به . ومن هذا المنطلق فإننا نرى أن دراسة أصول الإعلام الإسلامى ومعدل تأثيره ، ثم استثماره هذا التأثير لصالح الوطن ، موضوع جدير بالدراسة ، بل أننا نعتقد أن مثل هذه الدراسة يجب أن يكون لها الأولوية على غيرها من البحوث الإعلامية ، وقد وجدت هذه الفكرة استجابة سريعة لدينا ، ولدى الجهات الأكاديمية فى الجامعات المصرية ، بل والجامعات العربية والإسلامية التى تقبل اقبالا كبيرا على افتتاح أقسام وشعب للإعلام الإسلامى بها .

وعلى الرغم من قوة تأثير الرسالة الإعلامية على إحداث تغيرات جذرية فى اتجاهات الرأى العام ، إلا أننا نلاحظ من ناحية أخرى أن هذا التأثير لا يتلاءم مع ما نلاحظه من قصور فى فهم الحقائق الجوهرية التى يتضمنها الدين الإسلامى ، ومن سلوك جماهيرى لا يتلاءم فى جملته مع جوهر هذا الدين ، أى أن هناك حلقة مفقودة بين ما يجب أن يكون ، وما هو كائن بالفعل ، من فهم وسلوك لا ينسجم مع مبادىء الإسلام وأصوله . وهنا يبرز دور الإعلام الإسلامى وما يمكن أن يؤديه من توضيح للمفاهيم الدينية السليمة ، حتى يتطابق الواقع مع ما يجب أن يكون .

وانطلاقا من هذه الملاحظة المباشرة ، أى المعايشة التى استقيناها من واقع حياتنا فى القرية المصرية ، وارتباطنا القوى بها فقد ثارت لدينا عدة تساؤلات تم على أساسها وضع الفروض العلمية التى يعمل هذا البحث على اختبار صحتها .

طبيعة العمل الإعلامى فى مصر الإسلامية

أولا : الاتصال الشخصى المباشر (رسالة الرسول ﷺ) : -

يبدأ العمل الإعلامى لنشر الدعوة الإسلامية بين المصريين ، بالرسالة التى بعث بها رسول الإسلام محمد بن عبد الله ﷺ إلى المقوقس حاكم مصر من قبل الرومان وجاء ذلك ضمن الرسائل التى بعث بها الرسول ﷺ إلى ملوك وأباطرة

هذا العصر فى السنة السادسة للهجرة ، بعد عودته من صلح الحديبية . فلم يجبه من هؤلاء الملوك غير المقوقس صاحب مصر فى ذلك الوقت ، وأرسل له مع حاطب بن أبى بلتعه – وهو المبعوث الشخصى للرسول ﷺ – بعض الهدايا التى كان من بينها مارية القبطية ، التى أنجب منها الرسول ابنه إبراهيم . وكان الرسول ﷺ قد حمل حاطبا رسالته ، فكانت هذه الرسالة أول رسالة إعلامية إسلامية تصل إلى مصر ، وتحمل المفهوم العام لدين الإسلام .

وتنص هذه الرسالة على ما يلى (١) :

« بسم الله الرحمن الرحيم » من محمد رسول الله إلى المقوقس عظيم القبط سلام على من اتبع الهدى .. أما بعد ، فإنى أدعوك بدعاية الإسلام . فأسلم تسلم يؤتك الله أجرك مرتين .. يا أهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد الله ولا نشرك به شيئاً .. ولا يتخذ بعضنا بعضا أربابا من دون الله فإن تولوا فقولوا اشهدوا بأنا مسلمون » ..

وتؤكد هذه الرسالة أن محمداً ﷺ قد أرسى دعائم الاتصال الشخصى المباشر فى حقل الإعلام الإسلامى ، وهو أسلوب من أنجح أساليب الإعلام ، وأكثرها تأثيراً . كما تنفى هذه الرسالة أيضاً ادعاء المؤرخين بأن الدبلوماسية لم تعرفها البشرية قبل القرن الثالث عشر الميلادى ، وأن هذا الفن إنما بدأ فى الفاتيكان على يد أحد البابوات منذ أخذ البابا يبعث بالوفود إلى الملوك والأمراء لأغراض دينية وأغراض سياسية (٢) .

وقد ضرب حاطب بن أبى بلتعه أروع الأمثلة فى سعة الأفق وسرعة البديهة وقوة الإقناع فى حديثه مع المقوقس ، وهذا يتطلب توافر شرطين أساسين للمتحدث هما :

---

(١) السيوطى . حسن المحاضرة فى تاريخ مصر والقاهرة . ج ١ . ص ٩٨ .
(٢) عبد اللطيف حمزة . الإعلام فى صدر الإسلام (١٥) .

(أ) الإيمان القوى الراسخ بما يقول
(ب) الثقافة الواسعة والمتعمقة بما يقول .

فحين قال المقوقس بعد أن تسلم منه رسالة الرسول « ما منعه إن كان نبياً يدعو على فيسلط على » (١) .

أى أنه إذا كان محمد نبياً حقاً فلماذا لا يدعو على ربه ليتم القضاء على ، ويبسط دينه الجديد دون ما مجهود .. رد عليه حاطب فى الحال : « ما منع عيسى ابن مريم أن يدعو على من أبى عليه أن يفعل به ويفعل » (٢) أى أن عيسى بن مريم وهو النبى الذى تؤمنون برسالته ، كان يستطيع هو الآخر أن يدعو على قومه بما شاء ، وينشر دينه الجديد وقتذاك دون جهد أو معاناة ، فما الذى منعه من هذا حتى يوفر على نفسه العناء والمشقة ؟ .

فأحدث هذا الرد أثره القوى فى نفس المقوقس ، بدليل أنه أصيب بدوار ووجوم لم يفق منهما قبل ساعة ، وبعد أن أفاق طلب من حاطب إعادة هذا الرد مرة أخرى ، فأعاده عليه حاطب . فسكت المقوقس ولم يجد ما يرد به على حاطب ، ولكن حاطبا أتبع رده بقوله : « أنه قد كان قبلك رجل يزعم أنه الرب الأعلى ، فانتقم الله به ، ثم انتقم منه ، فاعتبر بغيرك ولا يعتبر بك .. وإن لك لدينا لن تدعه إلا لما هو خير منه ، وهو الإسلام الكافى به الله فقد ما سواه . وما بشارة موسى بعيسى ، إلا كبشارة عيسى بمحمد وما دعاؤنا إياك إلى القرآن إلا كدعائك أهل التوراة إلى الإنجيل . ولسنا ننهاك عن دين المسيح .. ولكننا نأمرك به » (٣) .

وهو فى هذا يضرب له المثل العملى الذى يبرز الحقائق التالية :

١ - إن الملك لله وحده مهما تكبر الحاكم وطغى ، وفرعون مصر دليل على

---

(١) السيوطى ، المرجع السابق . ص ٩٨ .
(٢) نفس المصدر .
(٣) نفس المصدر .

هذا ، وما حدث له يمكن أن يحدث لغيره .

٢ – إن بشارة موسى بعيسى فى التوارة مثل بشارة عيسى بمحمد فى الإنجيل .

٣ – إن الإسلام لم يأت للقضاء على المسيحية ، بل جاء لتأكيدها وتصحيح مسارها .

ثم عرض حاطب الكتاب ، وبعد الانتهاء من قراءته أخذه المقوقس ، ودعا كاتبا بالعربية إلى كتابة الرد على رسالة الرسول ، وقد نص هذا الرد على ما يلى (١) :

« لمحمد بن عبد الله ، من المقوقس عظيم القبط ..

سلام عليك .. أما بعد ، فقد قرأت كتابك وفهمت ما ذكرت ، وما تدعو إليه ، وقد علمت أن نبيا قد بقى . وكنت أظن أنه يخرج بالشام . وقد أكرمت رسولك وبعثت إليك بجاريتين لهما مكان فى القبط عظيم وبكسوة ، وأهديت إليك بغلة لتركبها ، والسلام » ..

ومن هذا الحديث نستطيع أن ندرك كيف مارس حاطب الاتصال الشخصى من خلال عرض الأسانيد والحجج ، ومن خلال القدرة على الإقناع التى يتمتع بها ، فكان بمثابة رجل إعلام ناجح للرسول ﷺ . ولم يستطع المقوقس الرد عليه ردا منطقيا ، ولكن حاطبا أفحمه فاسكته ، ولولا قوة البلاغ ؛ وقوة المنطق ؛ والقدرة على الإقناع التى يتمتع بها ، والذى مس فيها أغوار النفس البشرية ، لما اهتز بذلك عقل المقوقس وقلبه ، وأشار إلى أن هناك رسولا سوف يبعث بعد عيسى ، ثم قدم للرسول هذه الهدايا التى حملها حاطب .

ونستطيع أن نستنتج من هذه الرسالة التى بعث بها الرسول ﷺ مع حاطب إلى المقوقس ، أن الرسول هنا لم يكن يهدف من وراء هذا العمل الإعلامى إلى التوسع فى النفوذ ، أو الحصول على سلطان ، أو اكتساب جاه أو غير ذلك . كما

---

(١) السيوطى . المرجع السابق . ص ٩٨ .

نستطيع أن نستنتج أيضاً أن الرسول كان يحسن اختيار من يمثلونه لاعلام رجال مثل المقوقس . فلم يختر صلوات الله عليه حاطبا اختياراً عشوائياً ، ولكنه بدون شك قد دقق كثيرا قبل هذا الاختيار ، وعرف من يصلح لهذه المهمة .

ثانياً : الجهاد فى سبيل الله : –

١ – المناخ الذى كانت تعيشه مصر قبل الفتح العسكرى الإسلامى :

لم تكد المسيحية تستقر فى مصر ، بعد أن اعترف بها الرومان دينا رسميا للدولة الرومانية ، ولم يكد مسيحيو مصر يستريحون من عناء هذا الاضطهاد ، حتى وجدوا أنفسهم مرة أخرى معرضين لنوع جديد من الاضطهاد ، وذلك بسبب الخلاف بين المذاهب المسيحية نفسها . فكان المصريون يعتنقون مذهب الطبيعة الواحدة للمسيح Monophysite ، أى أن طبيعة المسيح الإنسانية وطبيعته الإلهية تكون طبيعة واحدة ، إما بالاتحاد وإما بالاندماج ، وكان يطلق على هؤلاء اليعاقبة ، أما الكنيسة البيزنطية فكانت تعتقد أن للمسيح طبيعتين لا طبيعة واحدة . وقد قام البيزنطيون باضطهاد المصريين المخالفين لهم ، وكانوا ينزلون بهم أشد أنواع الاضطهاد ، ويؤكد بتلر هذه الحقيقة قائلا إن النجاح السريع الذى أحرزه العرب يرجع أولا وقبل كل شئ إلى ما لاقوه من ترحيب الأهالى المسيحين الذين كرهوا الحكم البيزنطى ، لما عرف به من الإدارة الظالمة ، ولما أضمروه من الحقد المرير على علماء اللاهوت . فإن اليعاقبة الذين كانوا يكونون السواد الأعظم من السكان المسيحين ، قد عوملوا معاملة مجحفة من أتباع المذهب الارثوذوكسى التابعين للبلاط ، والذين ألقوا فى قلوبهم السخط والحنق حتى إن بعضهم كان يعذب ، ثم يلقى به فى اليم [١] .

وفى هذا الوقت الذى كان المصريون يعانون فيه من الاضطهاد البيزنطى ،

---

(١) سيرتوماس .و. أرنولد . ص ١٢٣ .

والتدخل فى شئونهم الدينية ، كان الرسول ﷺ ومن بعده الخلفاء الراشدون يعدون العدة لنشر دين جديد فى الامصار المجاورة للجزيرة العربية . وتوجهت جيوش المسلمين لإزاحة هذا الكابوس الجاثم على أنفاس الشعوب المجاورة ، متمثلا فى هؤلاء الذين يتربصون بالإسلام فى مصر والشام والعراق ، فذهبوا يطرقون أبواب الإمبراطورتين المجاورتين ، الفارسية شرقا ، والبيزنطية غربا ، وقضوا على الأولى نهائياً ، وورثوا ملكها ، وأحالوه جزءا من الدولة الإسلامية الجديدة ، واقتطعوا من الثانية أهم أجزائها المطلة على البحر المتوسط فى الشام ومصر ، ثم وصلوا إلى الشمال الأفريقى ، وعبروا المضيق إلى أوروبا ، واستولوا على أسبانيا ، وتقدموا شمالا إلى أن وقفت جيوشهم عند جبال البرانس [١] . فلم يقف المصريون فى وجه العرب الفاتحين ، حتى لا يحتفظوا ببلادهم لهؤلاء الذين يسومونهم أشد أنواع العذاب .

ومنذ ذلك الحين بدأت مصر صفحة جديدة من تاريخها ، وبدأ المصريون الدخول فى الإسلام ، وحملوا رايته وساهموا بأكبر قسط فى الحضارة الإسلامية ، وأصبحت مصر منذ ذلك الحين مصدر الإشعاع الفكرى لهذه الحضارة كما غدت القلب النابض للدعوة الإسلامية .

٢ – الفتح العسكرى والدعوة الإسلامية : –

يعتقد بعض الباحثين أن الإسلام لم يدخل مصر إلا على أسنة الرماح ، وأن الاقباط لم يرحبوا بالفتح الإسلامى لبلادهم ، وأنه لولا الفتوحات العسكرية لما كتب لهذا الدين البقاء والانتشار فى مصر ، ومن هؤلاء الكتاب بتلر مؤلف كتاب فتح العرب مصر ولكن الدكتور شكرى [٢] فيصل قد انبرى للرد على بتلر ، وفند هذه الدعاوى ، مؤكدا أن الأقباط كانوا عوناللمسلمين فى أثناء فتحهم لمصر ، ويؤكد صحة كلامه بأقوال عدد من المؤرخين الاسلاميين والأقباط الأوائل ،

---

(١) جمال الدين الشيال . التاريخ الإسلامى وأثره فى الفكر التاريخى الأوروبى فى عصر النهضة . ص ١١ .
(٢) شكرى فيصل ، حركة الفتح الإسلامى فى القرن الأول . ص ١٤٠ – ١٤٣ .

وفريق من المحدثين الذين أشار إليهم بتلر فى كتابه ، والذين يجمعون على هذا الرأى ، ومن هؤلاء ابن عبد الحكم ، والمقريزى ، وغيرهما . ذلك أن الاضطهاد الذى حل بالأقباط فى السنوات العشر التى قضاها المقوقس على رأس الإدارة المصرية الدينية والمدنية قد جعلت المصريين يعتبرون أن هذا الفتح كان بمثابة انقاذ لهم من وطأة الظلم البيزنطى .

٣ - هل انتشر الإسلام بالسيف أم بالدعوة : -

ولسنا ننكر هنا دور السيف فى نشر الدعوة الإسلامية ، لا لإرغام المصريين على الدخول فى الإسلام . ولكن دوره تركز فى رفع الغشاوة التى حجبت الضوء عنهم ، وذلك بفك هذا الستار الحديدى الذى فرضه عليهم البيزنطيون ، وكان يصعب على المصريين أن يروا هذا النور دون إزاحة هذا الستار .

وتؤكد كل الدلائل والبراهين ، أن المسلمين لم يفكروا فى فتح مصر رغبة فى سفك الدماء أو إرضاء لشهوة السلطة والجاه ، أو التوسع والغلبة ، ولكن الهدف الأساسى من هذه الفتوحات الإسلامية كان نشر الدين الجديد ، ورفع الأذى عن الدول الإسلامية الناشئة ضد هؤلاء الذين يتربصون بها .

ونستطيع أن نقول هنا أن الهدف الذى دفع المسلمين لفتح مصر ، هو نفس الهدف الذى دفعهم لفتح كل من بلاد الفرس والشام من قبل . وهذا هو الجهاد فى سبيل الإسلام . والذى يعتبر أهم وأجدى أداة لنشر الدعوة الإسلامية وتأمينها من مكائد الدس والغدر والتحرش ، سواء أكان ذلك فى الداخل أم فى الخارج .

ولسنا هنا فى مجال الحديث عن الخطط العسكرية لفتح مصر ، وسير الحرب وكيف كان جيش المسلمين حريصاً كل الحرص على الحفاظ على المصريين ، وعدم الاعتداء على مقدسات الاقباط ، أو التعرض لشعائرهم الدينية . وقد ذكرنا

الظروف التى كانت تعيشها مصر تحت سيطرة الدولة البيزنطية ، والمعاناة التى كان يعانى منها الاقباط فى مصر من ظلم البيزنطين وسياستهم الدينية ، وإلحاحهم فى جباية الضرائب التى كانت تثقل كاهل المصريين مما جعل الأقباط فى مصر يرحبون بالمسلمين لانقاذهم من الظلم [١] .

وتؤكد الحقائق التاريخية أن الأقباط قد رحبوا بالفتح الإسلامى لمصر والذى كان بمثابة إنقاذ لهم ، ويقول ستانلى لين بول [٢] فى هذا الصدد : « أنه لا يوجد من الدلائل ما يشير إلى أنه كان يساء معاملة الأقباط المسيحيين الذين كانوا يشكلون الغالبية العظمى من الشعب المصرى آنذاك » . ولكن بول يشير أيضا إلى بعض عمليات الاضطهاد التى تعرض لها المصريون من بعض الولاة المسلمين . إلاَّ أن هذه العمليات – إن كانت قد حدثت – فإنها تعكس سوء تصرف هؤلاء الولاة ، ولكنها ليست من الإسلام فى شئ .

ونستطيع أن نقول بعد هذا أن الفتح العسكرى الذى تم لمصر ، لم يكن هو السبب فى انتشار الإسلام بها ، بقدر ما كان وسيلة ليكشف – لأبناء مصر – النقاب عن هذا الدين الجديد ؛ بعد تحطيم السدود المانعة لذلك .

بل نستطيع أن نخلص من الحقائق التاريخية ، وبعيدا عن المشاعر الدينية ، أن الإسلام لو لم يسع إلى مصر لسعت هى إليه ، ولو لم يفتحها عسكريا لفتحها روحيا ، ويؤكد التاريخ المصرى على مر العصور هذه الحقيقة . ذلك أن التاريخ يشهد شهادة مطردة لم تتخلف مرة واحدة ، بأنه لم تنشأ حضارة كبرى ، ولا ظهر دين رئيسى ، ولا قامت دولة عظمى ، ولا حدث حادث عالمى ، إلا وساهمت فيه مصر بنصيب كبير ، مؤثرة فيه ومتأثرة به ، وذلك بحكم موقعها الاستراتيجى الذى يفرض عليها الاتصال بالأحداث العالمية ، ذلك لأن التعرض

---

(١) Qreqory, Blexand : Egypt and sinai pp 16,17 -

(٢) عبد الله خورشيد البرى . القبائل العربية فى مصر فى القرون الثلاثة الأولى للهجرة . ص ٤٥ .

لهذه الأحداث هو المسئول عن هذه الظاهرة التى تعد من العوامل الكبرى التى تطرأ على البيئة الإنسانية العامة ، فتعدل شروط الحياة فيها ؛ وظروف الاحتفاظ بالبقاء داخلها . ولكننا لا نستطيع أن ننكر أن الفتح الإسلامى هو الذى أتاح للمصريين أوسع الفرص لمعرفة هذا الدين والاتصال برجاله .

ثالثاً : الجزية والدعوة الإسلامية : —

تشير كل الدلائل إلى أنه لم يكن الهدف من الجزية على الإطلاق الضغط على الأقباط للدخول فى الإسلام . ولكن هذه الجزية كانت بمثابة ضريبة دفاع .

وهذه الضريبة يفرضها الحكام الوطنيون — حتى عصرنا الحاضر — على شعوبهم ، وليس أدل على ذلك من أن عمرو بن العاص لم يفرضها على النساء والشيوخ والأطفال ، لكنه فرض مبلغا يستطيع الجميع دفعه على الشباب القادرين على حمل السلاح ، ثم يؤثر الاحتفاظ بدينه وعدم الانتظام فى الجيش . ذلك أن من يدخل منهم الإسلام ، ويحمل السلاح بعد ذلك وينتظم فى جيش المسلمين ، كان يعفى من هذه الجزية . هذه هى الحكمة من فرض هذه الضريبة كما نعتقد وكما تشير كل الشواهد الدالة على ذلك ، بغض النظر عن التصرفات الفردية لبعض الحكام ، والاجتهادات الخاصة لبعض المفكرين .

وإذا كان المسلمون قد اعتبروا مصر أحد مصادرهم لإمداد الحجاز والجزيرة العربية بالطعام ، وقاعدة استراتيجية لهم للتوسع فى المستقبل كما يقول Vatikiotis ، فإننا هنا نلتمس لهم عذرا ، ذلك أن شبابهم ورجالهم كانوا متفرغين للجهاد ونشر الدعوة الإسلامية ، منشغلين عن الإنتاج والعمل فى الزراعة أو التجارة ، وكان لابد أن يفرضوا بعض الضرائب لسد هذا النقص . أقول : إنه كان لهم الحق فى ذلك ردا على جريجورى بليكسارد الذى يرى أن إثقال كاهل المسيحين بالضرائب كان يعجل بالدخول فى الإسلام ، وينتج عنه بالتالى تناقص مستمر فى عدد المسيحين حتى أصبحوا قلة فى المجتمع الإسلامى .

هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإنه إذا كان الأقباط يدفعون الخراج للحكام المسلمين ، فإن الحكام الرومان المسيحين والذين حكموا مصر قبل الفتح الإسلامى كانوا يجبون ضرائب تزيد بكثير عما قام بجبايته المسلمون بعد ذلك . وفى هذا يقول ابن ظهيرة [١] : « إنه لما فتح عمرو بن العاص مصر جباها أول دخوله ثمانية آلاف ألف ، فاستعجزه عمر بن الخطاب وقال : « جباها الروم عشرين ألف ألف وجبيتها ثمانية آلاف ألف » . أى أن الفرق بين ما كان يجبيه المسلمون من الجزية فى مصر ، وما كان يجبيه الرومان بلغ اثنى عشر مليون دينار ، كان يحصل عليه البيزنطيون زيادة عما حصل عليه عمرو بن العاص . فهل بعد هذا نستطيع القول إن الجزية كانت تمثل وسيلة ضغط على أقباط مصر ليعتنقوا الدين الإسلامى ؟ .

ويقول ابن ظهيرة [٢] « إن خراج مصر كان يتناقص قليلا قليلا ، فأكثر مبلغ تمت جبايته فى عصر أحمد بن طولون كان أربعة آلاف ألف دينار وثلثمائة ألف ، (أى أربعة ملايين وثلثمائة ألف) ، ثم تناقص المبلغ بعد أحمد بن طولون فأكثر ما جباه القائد جوهر الصقلى عند فتح مصر سنة ٣٥٨ هـ كان ثلاثة آلاف ألف دينار (أى ثلاثة ملايين دينارا) .

وقد كان عمرو بن العاص قد نظم جمع الخراج دون ظلم ، كما كان يؤجل جبايته عندما يرى فى ذلك مصلحة عامة ، وجعل تحديد الخراج مشروطا بزيادة النيل ، وكان عمرو قد قرر فى العهد الذى أعطاه للمصريين ، أنه إذا نقص نهرهم عن غايته رفع عنهم بقدر ذلك .

وقد وصل خراج مصر فى عهد المقوقس إلى عشرين مليون دينار [٣] .

---

(١) ابن ظهيرة . الفضائل الباهرة فى محاسن مصر والقاهرة . ص ١٢٣ .

(٢) نفس المصدر السابق . ص ١٢٦ .

(٣) على إبراهيم حسن . مصر فى العصور الوسطى من الفتح العربى إلى الفتح العثمانى . ص ٤٣ .

ولكنه لم يزد فى السنة الأولى من ولاية عمرو بن العاص عن عشرة ملايين دينار ، وعن اثنى عشر مليون دينار فى السنة الثانية . فلما عزل عثمان عمرو بن العاص ، وولى عبد الله بن أبى المسرح زاد القبط فى الخراج والمؤن فبلغت ١٤ ألف ألف دينار .

ويشير الكندى إلى أن خراج مصر ظل يتناقص فما جبت فى أيام بنى أمية وبنى العباس إلا دون ثلاثة آلاف ألف دينار (١) .

وكان عمرو يلجأ إلى تأجيل دفع الخراج إذا ما نقص ماء النيل منعاً لأى نوع من الظلم أو القهر ، وفى رسائله العديدة مع الخليفة عمر بن الخطاب حين كان يستحثه على إرسال الخراج ما يؤكد هذه الحقيقة .

ومن هذا العرض نرى أن الخراج الذى فرضه المسلمون على الأقباط فى مصر لم يكن أبدا وسيلة ضغط للدخول فى الإسلام ، ذلك أن نسبة الضرائب التى كان يدفعها مسيحيو مصر ، إلى حكامهم مسيحيى الروم ، قبل الإسلام ، تزيد على ضعف ما كان يجبيه المسلمون بعد استيلائهم على مصر .

رابعاً : المساجد كمراكز لنشر الدعوة الإسلامية : –

كان المسجد ولا يزال واحدا من أهم مراكز الإعلام الإسلامى ، فهو بمثابة المنطلق الذى تنطلق منه الدعوة الإسلامية ، كما أنه يعتبر المدرسة الإعلامية الشعبية الدينية التى ترشد الناس إلى حقائق هذا الدين وتعلمهم أصول الشرائع والعبادات ، وتبصرهم بالأسس العامة للمعاملات . وكان المسلمون يتخذون المسجد أيضاً مكانا للقراءة والدراسة والاطلاع . ذلك أن المساجد الهامة كان يتم تزويدها فيما بعد بخزانات كتب ولا يزال الكثير من هذه المساجد مزودا بمكتبات دينية . وفضلا عن هذا فإن المساجد كان يعقد فيها الحلقات الدينية وتلقى فيها الخطب ، ويجتمع فيها الناس للنقاش والمناظرات .

(١) الكندى . فضائل مصر . ص ٥٤ – ٥٥ .

وقد أدرك عمرو بن العاص هذه الحقيقة فى بداية الفتح الإسلامى لمصر . فحين استقر بها وأنشأ فيها أول عاصمة إسلامية وهى الفسطاط ، فى أعقاب الاستيلاء عليها مباشرة ، أقام بها مسجده المشهور ، وهو المسجد العتيق ، والذى لا يزال يحمل اسمه حتى الآن . وهو أول مسجد تم تأسيسه فى الديار المصرية ، وكان إيذانا ببدء الدعوة الإسلامية وانطلاقها من هذا المكان .

وقد أعاد مسلمة بن مخلد والى مصر فى العهد الأموى (٤٧ - ٦٢ هـ) بناء جامع عمرو بن العاص ، وبنى له منبرا . كما بنى مساجد أخرى كثيرة ، وجعل لها منارات عالية [١] .

ومن مشاهير الولاة فى هذا العصر أيضاً عبد العزيز بن مروان (٦٥ - ٨٤ هـ) الذى اتخذ مدينة حلوان عاصمة للبلاد ، وبنى بها عددا آخر من المساجد ، ثم جاء بعده فى العصر العباسى عدد من الولاة أشهرهم صالح بن على ، الذى قام بتشييد عاصمة جديدة للبلاد هى (العسكر) والتى أصبحت ثانى عاصمة لمصر الإسلامية ، وبنى بها دارا للإمارة ، ومسجدا كبيرا يعد ثانى المساجد الجامعة بعد المسجد العتيق .

خامساً : الآذان فى أعقاب الفتح الإسلامى : -

يعتبر الآذان واحدا من أهم الوسائل الإعلامية بما يحويه من معان دينية معينة ، وطريقة خاصة فى الأداء وبما يحدده من أوقات معينة ، تصل خمس مرات يوميا إلى أكبر عدد من الناس .

وترجع أسباب اهتمامنا بدراسة الآذان مصر الإسلامية ، أن الدول التى تعاقبت على حكم البلاد كانت تعمل على تطويعه خدمة لمذاهبها أو أهوائها ؛ لإقناع الرأى العام فى مصر بصحة ما تدعو ، وإجلاء أفكار أخرى لا يريدون لها أن تصل للجماهير . وسوف يتضح لنا ذلك أثناء استعراضنا للآذان فى مختلف العصور الإسلامية .

---

(١) أحمد شلبى . موسوعة التاريخ الإسلامى والحضارة الإسلامية . ص ٣٣ - ٣٤ .

وقد اهتم عمرو بن العاص بالآذان ، واختار له رجالا يصلحون لأداء هذه المهمة على الوجه الأكمل . وفى هذا يقول المقريزى [١] إن الآذان كان يتم بجامع عمرو عند فتح مصر ، وقد كان يؤذن به أبو مسلم سالم بن عامر ، وكان من أصحاب رسول الله ، وجاء مع عمرو بن العاص عند الفتح ، وظل يؤذن أثناء الطريق إلى مصر حيث قام على الآذان بعد فتحها ، ثم ضم إليه عمرو بعد ذلك تسعة رجال آخرين وقد كان أول الآذان « الله أكبر » ، وآخره « لا إله إلا الله » .

سادساً : التسامح الدينى كأسلوب لنشر الدعوة الإسلامية : -

حين تم فتح مصر ، والسيطرة عليها عام ٦٤٣ م ، كان عمرو بن العاص يوصى جنوده بأن يحسنوا معاملة القبط - السكان الأصليين للبلاد - ويؤكد وصاياه على القبط عملا بالحديث النبوى الشريف ، الذى يحض على معاملة المصريين بالحسنى ، وهو الحديث الذى قال فيه الرسول ﷺ : « إن الله عز وجل سيفتح عليكم من بعدى مصر فاستوصوا بقبطها خيرا فإن لهم فيكم صهرا وذمة » ، أى أن منهم هاجر زوج إبراهيم أبى الأنبياء وأم إسماعيل أبى العرب ، كما أن منهم مارية القبطية التى أهداها المقوقس إلى الرسول كما ذكرنا آنفا .

ونظرا لأن عمرو بن العاص كان على علم بالأساليب الوحشية التى يستخدمها كثير من الغزاة عادة مع أهالى البلاد المفتوحة ، من سفك للدماء وهتك للأعراض ، ونهب للأموال والثروات ، فإن عمرا قد وجه أمرا صريحا إلى جنوده بأن يكفوا أيديهم عن أموال المصريين وأعراضهم وأن يتحلوا بالعفة وغض الأبصار عن النساء [٢] .

وقد أتاح الفتح الإسلامى لأقباط مصر حق التمتع بحريتهم الدينية التى لم ينعموا بها قبل ذلك بقرن من الزمان ، وقد تركهم عمرو أحرارا ، وكفل لهم الحرية فى

---

(١) المقريزى . الخطط . ج ٣ . ص ٢٤٤ .

(٢) عبد الله خورشيد البرى ، المصدر السابق . ص ٤٧ .

إقامة شعائرهم الدينية ، وخلصهم من التدخل المستمر فى شئونهم الدينية فى ظل الحكم الرومانى ، ولم يضع عمرو يده على شئ من ممتلكات الكنائس ، ولم يرتكب عملا من أعمال السلب والنهب . وليس هناك شاهد من الشواهد يدل على أن تخليهم عن دينهم القديم ؛ ودخولهم فى الإسلام على نطاق واسع ، كان راجعا إلى اضطهاد أو ضغط .

ولم تشر أى من الحقائق التاريخية إلى أن الفتح العسكرى لمصر كان هو السبب الجوهرى لدخول الأقباط دين الإسلام ، ذلك أن اعتناق المصريين لهذا الدين بدأ قبل أن تطأ أقدام الجيوش العربية التراب المصرى .

وفى هذا يقول أرنولد : « أن كثيرا من أقباط مصر قد تحولوا للإسلام قبل أن يتم الفتح ، وأن حالة القبط فى الأيام الأولى من حكم المسلمين كانت معتدلة . وأن كثيرا من مسيحى مصر قد تركوا النصرانية بمثل السرعة والسهولة التى اعتنقوها بها فى مستهل القرن الرابع الميلادى [١] .

كما يؤكد جريجورى بلكساند [٢] هذه الحقيقة بقوله ، إن المسلمين نحوا بأنفسهم بعيدا عن الشعب المصرى فى أول الأمر ، ولم يبذلوا أية محاولة لإكراه القبط على قبول دينهم ، ولكن بساطة الدين الإسلامى والروح التى تحلى بها المسلمون ، كانت بمثابة عامل جذب قوى للمصريين للدخول فى الإسلام .

ولكن المؤلف ذكر فى معرض حديثه بعض الوقائع التى تشير إلى سوء معاملة بعض المسلمين للأقباط ، إلا أن هذه التصرفات ، إن كانت صحيحة فى جملتها لا تعكس سماحة هذا الدين ، كما أنها ليست مقياسا للحكم على الإسلام . بل أنها لم تكن من الإسلام فى شئ . فلم يذكر التاريخ لعمرو بن العاص ولا لغيره

---

(١) سيرتوماس ، أرنولد . الدعوة للإسلام . ترجمة حسن إبراهيم حسن ، عبد المجيد عابدين ، اسماعيل النحراوى . ص ١٢٣ – ١٢٥ .

(٢) Blexand gregory . op . 16,17 .

من ولاة المسلمين الأوائل أنه أساء معاملة الأقباط المصريين ، أو أرغمهم على الدخول فى الإسلام بشكل أو بآخر ، ولكنه على العكس من ذلك قد تكفل لأقباط مصر بالمحافظة على دور العبادة الخاصة بهم ، وكان حريصا على احترام شعائرهم الدينية ، وأمنهم على أنفسهم وأموالهم وأولادهم ، وضمن لهم المساواة والانصاف وتحقيق العدالة وترك لهم حرية العبادة بل إن عمرو بن العاص كان قد أبقى فى حكومته عددا من قدامى الموظفين الأقباط فى مناصبهم التى كانوا يشغلونها قبل الفتح الإسلامى .

ويقول ستانلى لين بول (١) فى هذا الصدد : « إنه لا يوجد من الدلائل ما يشير إلا أنه كان يساء معاملة الأقباط المسيحين الذين كانوا يشكلون الغالبية العظمى من الشعب المصرى آنذاك ، وقد أكرم المسلمون الأقباط اليعاقبة » .

وهكذا نجد أن الأقباط لم يجدوا فى المسلمين عدوا لدينهم ، بل كفلوا لهم الحرية التامة فى إقامة شعائرهم الدينية (٢) . وكانوا يقيمون احتفالات بالغة الروعة بأعيادهم الدينية كل عام ، فقد كان للأقباط بمصر عند الفتح الإسلامى أربعة عشر عيدا فى كل عام من أعوامهم القبطية ، ولم يحد المسلمون من حرية الأقباط فى احتفالاتهم بهذه الأعياد والمواسم .

ويرى فاتيكيوتس أن السنوات الأولى للحكم الإسلامى كانت تتميز بالحرية تجاه الأديان الأخرى ، ذلك أن هؤلاء الولاة الذين حكموا مصر فى هذه الفترة ، كانوا يحكمون تحت إمرة خلفاء أقوياء أمثال عمر بن الخطاب الذى يشهد له التاريخ بمواقف خالدة فى العدالة والإنصاف (٣) .

وقد كانت هذه التصرفات تجاه المسيحين فى مصر ، والتى تعكس الخلق الإسلامى ، تأخذ بألباب المصريين وتشدهم إلى هذا الدين الجديد ، وتمهد عقولهم

---

(١) Lane- Poole stanley . History of Egypt in the middle aqes p.15.

(٢) على إبراهيم حسن . المصدر السابق . ص ٤٩٦ ، ٤٩٧ .

(٣) Vatikiotis P . The Modern History of Egypt. P. 14.

وقلوبهم إلى الدخول فيه ؛ ما هى إلا نماذج عملية لتعاليم الإسلام ومبادئه السمحة .

أن هذا التسامح الدينى وإن كان ليس سببا مباشرا لانتشار الإسلام ، كان على الأقل يهيىء الأذهان لقبوله فيما بعد ، ولقبول الدعوة الإسلامية حين توجه لهم ، مما نجم عنه بعد ذلك انتشارها وازدياد عدد المسلمين عن رضا واقتناع كاملين وليس عن خوف أو رهبة من وطأة ضغط معين .

الإعلام الإسلامى فى العصرين الطولونى والأخشيدى

يمكن القول بأن الإعلام الإسلامى فى العصرين الطولونى والأخشيدى لم يختلف كثيرا فى شكله أو مضمونه عن الإعلام الإسلامى فى الفترة التى سبقته ، ولهذا فإننا سوف نكتفى بالحديث عن الإضافات التى تمت فى هذين العهدين فقط ، والتى ساهمت بصورة أو بأخرى فى دفع عجلة الإعلام الإسلامى ، أو فى الحفاظ على بقائه ، ويمكن أن نجمل شكل الإعلام الإسلامى فى هذين العهدين فى النقاط التالية :

أولا : المساجد

ويتمثل ذلك فى المسجد الذى بناه أحمد بن طولون مؤسس الدولة الطولونية ، ولا يزال هذا المسجد الذى يحمل اسمه حتى اليوم شاهد صدق على أهمية هذا المركز الإعلامى الإسلامى . وقد أتم بناء هذا المسجد بعد أن قام ببناء عاصمة جديدة لمصر عام ٢٦٣ هـ وهى مدينة القطائع المعروفة فى تاريخ مصر الإسلامية .

ويذكر المقريزى (١) أن نفقة إنشاء هذا الجامع قد بلغت مائة وعشرين ألف دينار ، ويكشف لنا هذا المسجد بوضوح عن حقيقة النشاط الدينى فى هذا العهد ومداه . وقد شيده ابن طولون على طراز جامع سامراء الكبير ؛ وإن كانت سعة الأول فى سامراء لا تعدو نصف الأخير فى القطائع (٢) .

---

(١) المقريزى . المصدر السابق . ص ٢١٨ .

(٢) بروكلمان ، كارل . تاريخ الشعوب الإسلامية . نقله إلى العربية نبيه أمين فارس ومنير البعلبكى . ص ٢٢٥ .

وكان هذا المسجد الجامع بمثابة مركز إشعاع دينى يؤدى دوره الإعلامى جنبا إلى جنب مع مسجد عمرو بن العاص .

ونظرا لأنه لم تكن ثمة مدارس إعلامية وتعليمية فى العهدين الطولونى والأخشيدى فقد كان يتم الاعتماد على تلك المساجد الجامعة الموجودة آنذاك ، وعلى رأسها جامع عمرو بن العاص ، وجامع ابن طولون لنشر وتعليم الثقافة الدينية ، إلى جانب بيوت الأمراء والوزراء والعلماء ، التى كان يستعان بها لأداء هذه المهمة ، كما كانت توجد فى ذلك الوقت أسواق تباع فيها الكتب وتدور فيها المناظرات مثل سوق الوراقين [١] .

ثانياً : الفقهاء والباحثون

اهتم الطولونيون ومن بعدهم الإخشيديون والباحثون بالعلوم والمعارف ، وجذبوا إليهم الفقهاء والباحثين ، ليعيشوا فى كنفهم ، وأسبغوا عليهم الخيرات العديدة والمكانة السامية ، وكان هؤلاء الفقهاء والباحثون بمثابة عناصر قوية رئيسية للإعلام الإسلامى فى هذا العصر . فقد حفظوا لنا هذا التراث الدينى ، وأضافوا عليه ، ثم أخذوا على عواتقهم توصيله للناس فى مصر وإقناعهم به

ونظرا لعدم توافر طرق لحفظ التراث الإسلامى ، وكذلك عدم توافر وسائل إعلامية سريعة فى ذلك العصر كما هو الحال حاليا ، فقد كان وجود هؤلاء المفكرين ضرورة أملتها ظروف الحياة وقتئذ للقيام بهاتين الوظيفتين الإعلاميتين وهما حفظ التراث وتنقيته خشية الضياع ، ثم نقله إلى الجماهير .

وقد برز من هؤلاء الأعلام فى ذلك العصر الربيع بن سليمان الذى امتاز بسعة الحفظ وجمع الرواية [٢] ، وكان له الفضل الأكبر فى الحفاظ على مذهب

---

(١) أحمد أمين . ظهر الإسلام . ص ١٦ .

(٢) أحمد أمين ، المصدر السابق . ص ١٦١ .

استاذه الإمام القاضى ، وحفظ روايته . وكان الإمام الشافعى قد حمله عمله ، وعاش هذا الرجل ٩٦ عاما قدم لمصر فيها الكثير ، وكان يقوم بالتدريس فى جامع الفسطاط ، ثم استدعاه ابن طولون للتدريس بجامعة بعد أن أتم بناءه بالقطائع .

وقد قام هذا الرجل بدور كبير فى نشر أحاديث الإمام الشافعى وفقهه ، كما روى الكثير من الأحاديث عن غير الشافعى مثل عبد الله بن وهب ، ويذكر المقريزى أن الربيع كان بمثابة قبلة أنظار المحدثين من مختلف الأقطار ، يرحلون إلى مصر ويأخذون عنه ، فكان مصدر حركة علمية دينية كبيرة [١] .

كما برز أيضاً فى هذا العصر أبو جعفر الطحاوى إمام الحنفية [٢] ، وقد جمع هذا الرجل بين الشافعية والحنفية ، وكان يجتهد ، ويخالف أبا حنفية عند قيام الدليل ، وقد كان من أسبق المؤلفين المصريين فى عدة فنون . ويذكر المقريزى من مؤلفاته « معانى القرآن » أو « مشكل الآثار » ، كما ألف فى التاريخ والنوادر الفقهية ، وقد عاش هذا الرجل ٩٢ عاما شهد خلالها العهد الطولونى بأجمعه تاركا فى مصر حركة حنفية ، تمتاز بإعمال العقل فى التشريع إلى جانب النقل ، وسارت هذه الحركة جنبا إلى جنب مع الحركة الشافعية التى قادها الربيع .

وظهرت حركة مالكية [٣] أيضاً اشتهر منها روح بن الفرج أو الزنباع الزبيرى ، وأحمد بن الحارث بن مسكين ، وغيرهم كثير مما لا يتسع المجال لذكرهم .

وكانت هذه دراسات هؤلاء الرجال تقوم على تفهم معانى القرآن ، ورواية الحديث وأقوال الأئمة ، ثم استنباط الأحكام كل على أصول مذهبه [٤] .

---

(١) المقريزى . المصدر السابق . ص ١٦٢ .
(٢) أحمد أمين . المصدر السابق . ص ١٦٢ .
(٣) المصدر السابق . ص ١٦٣ .
(٤) المقريزى . المصدر السابق . ص ١٦٣ .

ويذكر لنا الأستاذ أحمد أمين [١] أيضاً أبا بكر بن الحداد عالم القرآن والحديث آنذاك ، وكان أفضل من يمثل الثقافة الدينية ، وأعلم أهل وقته فى ذلك العصر .

هذه هى مجمل العوامل التى استطاع الباحث أن يستنبطها ، والتى أسهمت فى الإعلام الإسلامى فى هذين العهدين (الطولونى والأخشيدى) . وقد بذلنا جهدا كبيرا لاستكشاف عوامل أخرى استخدمها الطولونيون والأخشيدون وأضافوا بها جديدا إلى الإعلام الإسلامى ، أو دعموا بها هذا العمل . ولكن محاولتنا لم تمكننا من الوصول إلى جديد آخر ، أثرى الإعلام الإسلامى فى هذين العصرين . أكثر مما ذكرنا .

الإعلام الإسلامى فى العصر الفاطمى

تتطلب دراسة العمل الإعلامى فى العصر الفاطمى وقفة أكثر تفصيلا لإلقاء بعض الضوء على النظام ، والأساليب الإعلامية التى لعبت دوراً حيويا فى هذه الحقبة الهامة من التاريخ المصرى . ذلك أن الإعلام الفاطمى كان واحدا من أهم الدعائم التى قامت عليها دولة الفواطم ، منذ أن تمكنوا من بسط نفوذهم على الديار المصرية عام ٩٦٩ هـ على يد جوهر الصقلى ، فقد أسلمت لهم مصر قيادها ، وأصبحت منزل ملكهم ، ومقرا لخلافتهم ، وغدت القاهرة بعد ذلك مركزا تنبعث منه الدعوة الشيعية الفاطمية إلى مختلف الأقطار الخاضعة لهم ، بل وبقية الأقطار الإسلامية الأخرى التى كانوا يتطلعون لضمها إلى دائرة نفوذهم .

أولا : ماهية الدعوة الفاطمية

جاء الفاطميون بمذهب لم يعرفه أبناء مصر منذ الفتح الإسلامى ، وبشعائر مختلفة عن شعائر أهل السنة السائدة فى مصر آنذاك .

---

(١) أحمد أمين . ص ١٦٣ .

وتتلخص أهداف الدعوة الفاطمية فى أحقية على بن أبى طالب وأبنائه وأحفاده من بعده للخلافة والحكم بعد الرسول ﷺ .

وما على بن أبى طالب إلا وصى محمد ﷺ (١) ، كما كان هارون وصيا لموسى ، يطلقون وهو فى اعتقادهم رمز (العلم الإلهى) وهو العلم الذى يرثه الائمة من بعده .

ذلك أن لكل زمان إماما ، وأن هذا الإمام يستأثر بالعلم الذى يطلقون عليه علم الباطن . كما أن الإمام يرث هذا العلم أبا عن جد . وذلك إبتداء من الإمام على بن أبى طالب . والإمام عندهم معصوم من الخطأ ، وإذا مات إمام الزمان ذهب جسمه فى التراب ، أما روحه فإنها تتحول إلى عقل من العقول الكبيرة التى تشترك فى تدبير الكون كله .

وعلى ضوء هذه الأفكار ، فإن الخلفاء الراشدين الثلاثة أبا بكر وعمر وعثمان قد انتزعوا هذا الحق المقدس لعلى بن أبى طالب دون وجه حق بعد وفاة الرسول ، كما قامت الدعوة الفاطمية الشيعية انطلاقا من اعتقادهم بعصمة الأئمة من سلالة على .

ومن هذا المنطق أسبغت الدولة الفاطمية على نفسها شرعية الزعامة فى العالم الإسلامى ، ومنحت نفسها أحقية الخلافة ، بحكم انتسابها لآل بيت الرسول . ولهذا لم يكن يتورع بعض الخلفاء الفاطميين (٢) ولاسيما العزيز بالله ثانى هؤلاء الخلفاء عن لعن الخلفاء الراشدين الثلاثة . كما كان الخطباء يلعنون الصحابة على جميع منابر مصر . ثم اتخذ الخليفة العزيز بالله . موقفاً أكثر تشددا فى نشر الدعوة ، فألزم جميع المصريين باعتناق المذهب الشيعى . وحتم عل القضاه أن يصدروا أحكامهم وفق قوانين هذا المذهب .

---

(١) عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . ص ٥٧ ، ٥٨ .

(٢) على إبراهيم حسن . مصر فى العصور الوسطى من الفتح العربى إلى الفتح الإسلامى العثمانى . ص ١٢٢ .

وأبطل العزيز صلاة التراويح التى يؤديها أهل السنة بعد صلاة العشاء فى شهر رمضان من جميع المساجد المصرية ، وذلك إمعانا فى إجراء عملية غسيل المخ لأبناء الشعب (١) .

وقد سبقت الدعوة الفاطمية الشيعية الفتح الفاطمى لتهيئة الأذهان للمذهب الذى يؤمنون به ، ثم واكبت الحملات العسكرية التى أرسلوها لفتح مصر ، فقد كانوا يدمجون فى صفوف جندهم دعاة عهدوا إليهم الاختلاط بالناس لتعليمهم عقائد المذهب الشيعى ، فضلا على أن الخلفاء الفاطميين كانوا يقومون بإرسال الكتب المذيلة بتوقيعاتهم إلى مصر يدعون فيها الناس لاعتناق العقائد الفاطمية . ولقد لقيت هذه الدعوة للبيت العلوى نجاحا كبيرا فاعتنق عدد غير قليل من المصريين هذا المذهب وعملوا على نشره (٢) .

وقد اتجه الفاطميون إلى تأييد ودعم كل ما يوافق مذهب الشيعة ، من إيثار العلويين ، وتقديمهم بأقوال أئمتهم . وقد قام يعقوب بن كلس وزير العزيز بالله الفاطمى بتأليف كتاب يتضمن الفقه على ما سمعه من المعز لدين الله وابنه العزيز بالله ، وبوبه على أبواب ، ويشتمل على فقه الطائفة الاسماعيلية . وبذل الفاطميون جهودا كبيرة فى نشر هذا الفقه بين المسلمين ، وترغيب الناس فى حفظه ، وكان يعقوب بن كلس يقوم بنفسه بقراءة هذا الكتاب على الطلبة ، وأمام خواص الناس وعوامهم ، وسائر الفقهاء والأدباء ، وكان هذا الكتاب بمثابة مرجع القضاء فى الفتوى وهو كتاب « دعائم الإسلام » .

وانطلاقا من هذه الحقائق أقام الفاطميون استراتيجيتهم الإعلامية ، ومن فرط الاهتمام بهذا العمل الإعلامى ، كان الخليفة الفاطمى يشرف بنفسه على إدارة شئون الدعوة الفاطمية وتنظيم جهاز الإعلام الفاطمى .

---

(١) المصدر السابق ، نفس الصفحة .

(٢) نفس المصدر . ص ٢٤٦ .

وفى أحد الوثائق الفاطمية الهامة جاء ما يلى [١] : -

أن أمير المؤمنين بما منحه الله تعالى من شرف الحكمة ، وأورثه من فيض الأمانة والأئمة . وفوض إليه من التوقيف على حدود الدين ، وتبصير من اعتصم بحبله من المؤمنين وتنوير بصائر من استمسك بعروته من المستجيبين . يعلن بإقامة الدعوة الهادية بين أوليائه ، وسبوغ ظلها على أشياعه وخلصائه ، وتغذية أفهامهم بلبانها ، وارهاف عقولهم ببيانها ، وتهذيب أفكارهم بلطائفها ، وانقاذهم من حيرة الشكوك بمعارفها ، وتوقيفهم من علومها على ما يجلب لهم سبل الرضوان ، ويقضى بهم إلى روح الجنان ، وريع الحنان ، والخلود السرمدى فى جوار الجواد المنان » ..

ونستطيع أن نستنتج من هذه الوثيقة الحقائق التالية :

١ - الاهتمام بأمور الدعوة من قبل الخليفة نفسه ، وهذا يعطى مؤشرات واضحة إلى مكانة الدعوة فى الخلافة الفاطمية .

٢ - تبرز هذه الوثيقة مدى ما يتمتع به الخلفاء من المعرفة بأمور الدين وما اختصوا به من العلم الباطن دون سائر البشر ، ولم يحصل على شرف هذه المعرفة بجهده أو بتقواه ولكنه ورثه أبا عن جد .

٣ - توضح هذه الوثيقة أيضاً الجزاء المرتقب لمن يكتسب هذه المعرفة ، والعقاب المنتظر لمن لم يحصل على شرف هذه المعرفة ، وهى الجنة التى تنتظر المؤمنين والخلود فى الآخرة ، والوقوع فى الشك والحيرة لمن تتح له هذه الفرصة .

نظام الإعلام الفاطمى

أولا : وزير الدعاية (داعى الدعاة) :

انفردت الخلافة الفاطمية بإيجاد منصب « داعى الدعاة فى مصر » ، وهو منصب خطير وهام جدا فى الدولة الفاطمية ، وهو بمثابة وزير دعاية فى العصر

---

(١) محمد عبد الله عنان . مصر الإسلامية وتاريخ الخطط المصرية . ص ١٣٩ .

الحديث ، وكان داعى الدعاة يعد من أكبر فقهاء الشيعة المتضلعين فى العلوم الدينية وفى أسرار الدعوة ، يختاره الإمام الفاطمى بنفسه . ويختص داعى الدعاة بالإشراف على الدعوة فى جميع أنحاء البلاد الخاضعة للحكم الفاطمى ومقره القاهرة ، وكان داعى الدعاة يعد الخطط والبرامج ويشرف على الدعاية للمذهب ونشره ، مستخدما فى ذلك عدة وسائل أهمها المجالس ، والندوات ، والمحاضرات والمؤلفات ، والاتصالات الشخصية المستمرة بينه وبين الجماهير . وكان يتم إلقاء الدروس والمحاضرات التى يشرف عليها داعى الدعاة ، ويقرها بعد مراجعة الخليفة شخصيا ، وموافقته عليها .

وكان داعى الدعاة يلتقى يومى الاثنين والخميس من كل أسبوع بفقهاء الدولة ، حيث يقدمون له نصوص محاضراتهم عن أصول المذهب الشيعى ، فيقوم الداعى بعرضها على الخليفة قبل إلقائها ، ويقر الخليفة ما يقبله منها أو يوقع عليها ، ثم يعيدها إلى الداعى ليعيدها بدوره إلى هؤلاء النواب والفقهاء [١] .

وفى وثيقة هامة من السجلات الفاطمية خاصة بالمهام الملقاة على عاتق داعى الدعاة ، ومنهج الدعوة الشيعية وبيان مهمته واختصاصاته ، وما يجب عليه اتباعه لنشر الدعوة الشيعية ، وشرح لواجبات داعى الدعاة ، وطرق تلقين الدعوة جاء فيها [٢] :

« خذ العهد على كل مستجيب راغب ، وشد العقول على كل منقاد ظاهر . ممن يظهر لك اخلاصه ويقينه ، ويصح عندك عفافة ودينه . وحضهم على الوفاء بما تعاهدهم عليه ، ولا تكره أحدا على متابعتك ، ، والدخول فى بيعتك ، ولا تلق الوديعة إلا لحفاظ الودائع ، و لا تلق الحب إلا فى مزرعة لا تكدى على الزراع .

---

(١) صمويل شترين . القاهرة كمركز للحركة الاسماعيلية - من ابحاث الندوة الدولية لتاريخ القاهرة . ص ١٢ ، ٧٢ .

(٢) محمد عبد الله عنان . المصدر السابق . ص ١٢٩ .

وتوخ لغرسك أجل المغارس . وتوردهم مشارع ماء الحياة المعين ، وتقربهم بقربان المخلصين ، وتخرجهم من ظلم الشكوك والشبهات إلى نور البراهين والآيات . واتل مجالس الحكم التى تخرج إليك فى الحضرة على المؤمنين والمؤمنات ، والمستجبين والمستجيبات ، فى قصور الخلافة الزاهرة ، والمسجد الجامع بالمعزية بالقاهرة ، ومن أسرار الحكم ، إلا عن أهلها ، ولا تبذلها إلا لمستحقيها ، ولا تكشف للمستضعفين ما يعجزون عن تحمله . ولا تستغل أفهامهم بتقبله . واجمع من التبصر بين أدلة الشرائع والعقول . ودل على اتصال المثل بالمنون ، فإن الظواهر أجسام ، والبواطن اشباحها ، والبواطن أنفس ، والظواهر أرواحها » .

وتشير هذه الوثيقة إلى الأهداف التى أقيم من أجلها منصب داعى الدعاة ، كما تدل دلالة واضحة على أسلوب الدعوة الفاطمية فى غزو الأذهان ، وتوضح إلى أى مدى كانت السياسة الفاطمية الإعلامية فى أول أمرها سياسة مخططة منظمة ، تعتمد على الوسائل العلمية فى الإقناع لنشر المذهب الفاطمى ، وتستبعد الإكراه ، أو اللجوء إلى العنف والشدة لاعتناق هذا المذهب .

كما أن هذه الدعوة لم تسقط من حسابها عنصر النساء ، ولكنها أولتهن مثل ما أولت الرجال من هذا الاهتمام وأوضحت كذلك كيف يخاطب داعى الدعاة المستجيبين ، وكيف يخاطب المستضعفين من الناس . ومتى يمنح ثقته وأسرار دعوته ، ولمن ؟ وفى أى مجال ؟ وذلك حتى تؤدى الرسالة الإعلامية الأهداف المنوطة بها بشكل منظم وسليم ، وحتى يصيب السهم الهدف المقصود منه .

ثانياً : النقباء والدعاة المحليون :

لم تقتصر الدعوة الفاطمية على مدينة القاهرة وحدها . ولكنها انتشرت وأحكمت سيطرتها على الوطن كله وتم ترتيب الدعاة مراتب ودرجات ، بحيث يغطون الوطن كله وفق خطة مقررة ، ويسيرون على منهج محكم ثابت . فكان يعاون داعى الدعاة فى مهنته إثنا عشر نقيبا ، وعدد كبير من النواب ينوبون عنه فى سائر البلاد المصرية .

كما كان الدعاة المحليون ينتشرون فى مختلف أنحاء البلاد ، ولاسيما عواصم الأقاليم . وكان هؤلاء يتمتعون بقدر كبير من الاستقلال فى مباشرة الدعوة ، إلا أنهم كانوا يعينون من قبل الخليفة باعتباره إماما . وكانت العلاقات بين القاهرة والأقاليم وثيقة وتشير كافة الدلائل إلى أن شبكة الإتصالات بين أجهزة الدعاية الفاطمية آنذاك كانت على درجة من القوة يشهد لها خبراء وأساتذة الإعلام والاتصال الجماهيرى ، وتؤكدها الرسائل التى كان يتبادلها الدعاة المحليون مع العاصمة (١) .

وقد احكمت الخلافة الفاطمية وضع خطة إعلامية دينية ، هادفة من وراء ذلك إلى غزو الأذهان ، وحشدها لتأييد الدعوة الفاطمية .

ولتبسيط فهم هذه الخطة التى أبدعها الفاطميون (٢) ، نرى أنهم قد قسموا عملهم الإعلامى تقسيما زمنيا ، كما تقسم السنة إلى شهور ، والشهور إلى أيام ، والأيام إلى ساعات . وعلى هذا النسق قسم الفاطميون رجال الإعلام أو الدعاة . فداعى الدعاة يمثل العام ، وهو على رأس جهاز الإعلام كله ، أو هو وزير الإعلام ، يتلوه بعد ذلك رؤساء المناطق التى أخضعوها لملكهم ، وعددهم إثنا عشر رئيسا ، بحسب شهور السنة ، وكان يطلق على هذه المناطق « الجزائر » ، وكان يسمى رئيس كل جزيرة « حجة » . ثم يأتى بعد ذلك الدعاة أنفسهم ، وعددهم ثلاثون داعيا ، بعدد أيام الشهر . موزعين على كل جزيرة من هذه الجزائر ، ويشرف كل داع من هؤلاء الدعاة على ٢٤ من الدعاة المأذونين أو الدعاة المكاسرين كما كانوا يسمونهم .

ثالثاً : مراحل الدعوة الفاطمية :

قام الفاطميون بوضع خططهم لكسب تأييد الرأى العام وتعاطفه مع

---

(١) صمويل شترين . المصدر السابق . ص ٦٠٣ .

(٢) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق . ص ٥٨ ، ٥٩ .

الدعوة الفاطمية ، على ثلاث مراحل هى [1] :

١ – مرحلة التشكيك :

ويضطلع بهذه المرحلة المأذونون المكاسرون . وقد تمت تسميتهم بهذا الاسم لأن مهمتهم كانت تتركز فى كسر العقائد القديمة فى عقول الناس ، لتحل محلها العقائد الجديدة التى يبشر بها هؤلاء الدعاة . وذلك عن طريق تشكيكهم ، وزعزعة عقائدهم السنية ، وتتم عملية التشكيك فى العقيدة ، وهى أولى مراحل الدعوة الشيعية عن طريق إلقاء عدد كبير من الأسئلة المحيرة على المستقبل ، وما أكثر الأسئلة التى من هذا النوع .

وبعد أن يصاب المستقبل بهذه الحيرة ، وتثور الشكوك فى نفسه ، ويتزعزع إيمانه ، وبعد أن ينجح الداعى ويأخذ فى كسر عقيدته القديمة ، فإن الداعى المكاسر ينتهز هذه اللحظة ، ويأخذ عليه العهد والميثاق أن يقبل الدعوة الفاطمية ، وأن يتهيأ لسماع العلم الشيعى .

٢ – مرحلة الدعوة :

إذا تحقق لهؤلاء الدعاة المكاسرين النجاح فى مهمتهم ، فإنهم يرسلون بدورهم من تمت زعزعة عقيدتهم إلى داعى الجزيرة أو الحجة ، الذى يتلقاهم بترحاب شديد ويقوم بإلقاء الدروس عليهم فى العلوم الفاطمية ، أو علوم « أهل البيت » .

٣ – المرحلة العالية :

وفى هذه المرحلة الثالثة ينتقل فيها المسجيبون – لدعاة الجزائر – إلى القاهرة ليسعدوا بلقاء داعى الدعاة وليستمعوا إلى دروسه العالية فى المذهب الشيعى .

* * *

---

(١) عبد اللطيف حمزة . المصدر السابق . ص ٦٠ ، ٦١ .

من هذا العرض نستنتج أنه لابد أن يتزود هؤلاء الدعاة على اختلاف درجاتهم ومستوياتهم بخلفية عريضة عن المذاهب الإسلامية الأخرى . ولابد أن تكون خلفياتهم الثقافية الدينية واسعة ، كما أنه لابد أن تتوافر فيهم المواصفات والشروط التى تتطلبها الدعوة الفاطمية ، وهذا وذاك يجعل لزاما على الدولة الفاطمية أن تشرف على تأهيلهم وتعليمهم إشرافا دقيقاً ، حتى يكونوا على مستوى المسئولية الخطيرة المنوطة بهم ، وحتى يقوموا بتأدية واجبات هذه الوظيفة الإعلامية الحساسة على أكمل وجه .

رابعاً : مجالس الدعوة أو مجالس الحكمة :

وهذه المجالس عبارة عن محاضرات عامة ذات صبغة رسمية ، يتم إعدادها وإلقاؤها على الجماهير ، مع مراعاة المستويات المختلفة لهؤلاء الناس ، فلكل طبقة من الطبقات مجلس خاص بها ، ولا يصح لأفراد طبقة أن تشهد مجالس الطبقة الأخرى ، كما كانت تقسم هذه المجالس حسب المستويات الثقافية ، وكذلك حسب نوعية المجلس . وهكذا . .

وكان داعى الدعاة يشرف على مجلس الدعوة فى الوطن كله ، وكان الإقناع بعقائد المذهب الشيعى هو الهدف الرئيسى من هذه المجالس .

وقد كان كل مجلس من هذه المجالس مخصصا لفئة معينة على الوجه التالى [١] :

١ – مجلس خاص لآل على .

٢ – مجلس خاص للفئات والطبقات الممتازة من أولياء المذهب ، ورجال الدولة فى القصر .

٣ – مجلس للعامة ، والنازحين إلى مصر من البلدان الأخرى .

٤ – مجلس لخواص النساء .

٥ – مجلس لعوام النساء فى الجامع الأزهر .

---

(١) على إبراهيم حسن . مصر فى العصور الوسطى من الفتح العربى إلى الفتح العثمانى . ص ١١٩ .

وكان الداعى يتولى تنظيم هذه المجالس ، والإشراف عليها ، أو يكلف أحد نقبائه أو نوابه بذلك .

وإذا انتهت القراءة أقبل الأولياء والمؤمنون على الداعى ، وقاموا بتقبيل يده ، فيمسح على رءوسهم بعلامة الخليفة ، ويأخذ العهد على الراغبين فى دخول المذهب ، ويؤدى له النجوى مع من استطاع ، وهى عبارة عن رسم اختيارى صغير ، يجبى من المؤمنين للإنفاق على الدعوة والدعاة .

والدعوة بهذا لم تكن قاصرة على صفوة القوم ، بل كان للعامة أيضاً مجالس خاصة بهم ، فقد كان يعقد مجلس خاص بالرجال فى القصر الفاطمى ، إلى جانب المجالس الخاصة بنسائهم ، وكذلك المجالس الخاصة بعامة القوم للرجال ، وأخرى عامة للنساء .

ويتضح لنا أيضاً أن الرسالة الإعلامية التى كانت توجه إلى جماهير المستقبلين فى مصر لم تكن واحدة . ولكن هذه الرسالة كانت تنظم وترتب بحسب المستويات الثقافية ، والطبقية لكل جماعة . ذلك أن عوام الناس كانوا لا يتلقون من الدعوة الفاطمية سوى مبادئها ، وأصولها العامة ، أما المستويات الخاصة والمثقفون من الناس ؛ فكان الدعاة يرتفعون بهم إلى أسرارها ومراتبها العليا . هذا إلى جانب الدعوات السرية التى لا توجه إلا لخاصة الخاصة من المخلصين .

خامساً : المكتبة الفاطمية والإعلام الإسلامى :

عرف الفاطميون قيمة المكتبة كوسيلة إعلامية ، ودعائية للمذهب الشيعى والحكم الفاطمى ، وأدركوا أهميتها كإحدى وسائل الإعلام لنشر دعوتهم ، كما قاموا بتشجيع البحوث فى المذهب الشيعى ، وقد عنيت الدولة الفاطمية بالكتب عناية كبيرة ، فقد كانت خزانات الكتب تحتل مكانها البارز فى القصور الفاطمية ، والمساجد وغيرها .

وقد قام الخلفاء الفاطميون بجمع المخطوطات وطلبها من مصادرها ، وقد كلفهم ذلك الكثير من الجهد والعناء والمال فى سبيل البحث عنها ، وأنشئوا لها فى مدنهم وحواضرهم خزائن فاخرة ، وحبسوا لها أوقافا وفيرة ، وعينوا لها خزنة وقواما أمناء ، وحشدوا فيها نساخا ومترجمين ومجلدين ومذهبين ، ثم استنهضوا رعاياهم لتحصيل المعارف والآداب ، فاندفعوا إلى العمل بجد واجتهاد ، وارتبطت قصور الخلفاء ، وصروح الأمراء ، وبيوتات المشايخ والأغنياء بوجود المكتبات العامة والخاصة . وكان كل قصر ، وكل بيت يخلو من مكتبة كبرى أو صغرى يعد خاليا من أثمن محتوياته [١] .

وأهم هذه المكتبات هى [٢] :

١ - مكتبة الجامع الأزهر :

الأزهر هو أقدم جامعة فى العالم الإسلامى ، ومازالت قائمة حتى الآن ، وكانت الجامعة الأزهرية تحتوى على مكتبة تضم خلاصة الفكر الفاطمى من كتب ومراجع ووثائق ... إلخ .

وكانت مكتبة الجامع الأزهر تزدهر بازدهار الأزهر نفسه . كما كانت تجذب إليها الطلاب من جميع أنحاء العالم الإسلامى .

٢ - دار العلم :

وهى من المآثر الإعلامية البارزة للفاطميين ، وكانت تعد من أعاجيب الدنيا وغرائبها ، أسسها الحاكم بأمر الله سنة ٣٩٥ هـ ، واختار لها هذا الاسم لتكون رمزا للدعوة الشيعية ، لأن مجالس الدعوة كانت تسمى مجالس الحكمة فكانت بمثابة أكاديمية كبرى ، جمع لها أعظم علماء العصر ، وخصص لها الأموال

---

(١) فيليب دى طرازى . خزائن الكتب العربية فى الخافقين . ص ٧١ .

(٢) محمد ماهر حمادة . المكتبات فى الإسلام ، نشأتها وتطورها ومصائرها . ص ١٠٠ - ١٠٢ .

الوفيرة ، ونقل إليها ما يقدر ب ٧٠٠ ألف مجلد ، ووقف عليها أوقافا جليلة ، وضم إليها من الأسفار النفيسة ما لم يسبق له مثيل . وكان الهدف الأساسى من إنشاء دار الحكمة هو نشر أصول الدعوة الفاطمية عن طريق البحث والتعليم والإقناع ، وكانت تضم قاعة محاضرات ، كما كان بها مكتبة قيمة مقسمة إلى عدة أقسام ، قسم للفقهاء ، وقسم آخر لقراء القرآن الكريم ، وقسم للمنجمين ، وقسم لأصحاب النحو واللغة ، وقسم خاص للأطباء .

وقد أباح الحاكم هذه الديار للناس كافة على مختلف طبقاتهم ومستوياتهم الثقافية ، وقد رصد الحاكم للإنفاق عليها وعلى أساتذتها وموظفيها وخدمها أموالا طائلة ، وقد كانت المناظرات تتم فيها أحيانا بين يدى الخليفة كما حوت هذه المكتبة من التحف ما لم يعهد مثلها فى مكتبة سواها .

٣ - المكتبات الخلافية [١] :

وهى مكتبات كان ينشئها الخلفاء الفواطم لنشر عقائد المذهب الشيعى ، إلا أنهم جعلوها حلقات للمناظرات والمحاضرات والمناقشات ، وكان اهتمام الخلفاء الفاطميين بالمكتبات أمرا طبيعيا ، ذلك أن الدعوة الفاطمية قامت على العلم والتعليم ، والإقناع ، والتوجيه ، وبث الأفكار بشكل مباشر ، وقد اهتم المعز لدين الله بذلك اهتماما كبيرا ، وخلفه فى ذلك ابنه العزيز الذى اهتم بالمكتبة اهتماما بالغا ، وتفنن فى إعدادها وتجهيزها ولم يأل جهدا لتزويدها بالكتب القيمة والمراجع النادرة .

وتوصف خزائن الفاطميين بأنها من عجائب الدنيا ، فلا مثيل لها فى البلاد الإسلامية كافة ، وكان عندهم نوعان من الخزائن ، الأولى خزائن القصر الخارجية وعدتها أربعون خزانة ؛ يرتادها العامة من الناس للاطلاع عليها ، أما خزائن القصر الداخلية ، وهى النوع الثانى من الخزائن ، فكان الاطلاع عليها محظورا على العامة من الناس ، وكان الخلفاء الفاطميون يهتمون بتأثيث مكتباتهم بأفخم الأثاث .

---

(١) محمد ماهر حمادة . المصدر السابق . ص ١١٦ .

المكتبة المعزية

وقد تضاربت الأقوال فى عدد المجلدات التى تحويها مكتبة القصر الفاطمى فى عهد المعز ، إلا أن الشواهد تدل على أنها كانت تحوى عددا ضخما منها ، وقد قال بعضهم أنها تضم ٢٠٠ ألف مجلد ، وقال آخرون إنها كانت تحوى ٦٠٠ ألف مجلد ، وذكر غيرهم إنها كانت تضم بليونى مجلد ، وقال أحمد أمين أن القصر الفاطمى كان يضم أربعين خزانة (١) .

أما مكتبة العزيز بالله فلم تلبث أن فاقت كل المكتبات الإسلامية فى العالم فى ذلك الحين ، ويرجع الفضل فى إنشاء هذه المكتبة إلى يعقوب بن كلس وزير العزيز بالله الذى رغب الخليفة فى جمع المخطوطات ، واقتنى منها طائفة عظيمة ، خصص لها جانبا من قصره ، وأنفق العزيز أموالا طائلة فى شراء المؤلفات النفسية والإكثار منها .

مكتبات الأفراد (٢) :

وقد تبارى الأفراد فى إنشاء المكتبات الخاصة بهم ، ولاسيما البارزين من رجال المجتمع ومثال ذلك يعقوب بن كلس وزير العزيز بالله ثانى الخلفاء الفاطميين ؛ وأبرز رجال الدولة فى ذلك الوقت ، فقد أنشأ لنفسه مكتبة ، وكان الرجل مولعا بالعلوم يجمع حوله العلماء والأدباء . وكان فى داره قوم يكتبون القرآن الكريم ، وآخرون يكتبون الحديث والفقه الشيعى والأدب .

سادساً : النقش على المساجد والجدران والسكة :

ولم يعرف العقل الفاطمى الهدوء والراحة لتحقيق أهدافه ، ولكنه كان دائب التفكير فى وسائل أخرى لا تكاد تخطر على بال أحد فى هذه الأزمنة ، وذلك إمعانا فى نشر الدعوة الفاطمية بين جميع أفراد الشعب ، وتوصلوا إلى طرق فريدة جديدة فى زمانها .

---

(١) أحمد أمين . ظهر الإسلام . ص ٢١٩ .

(٢) محمد ماهر حمادة . المصدر السابق . ص ٩٤ .

فقد استخدموا وسيلة الكتابة على الجدران ، وكانت تحمل عبارات التأييد لدعوتهم ، فقد أمر المعز لدين الله فور وصوله إلى مصر ، بأن ينقش على جدران مصر القديمة هذه العبارة (١) .

« خير الناس بعد رسول الله ﷺ أمير المؤمنين على بن أبى طالب »

وأمر العزيز بن المعز بأن تنقش على جدران المسجد العتيق وخارجه ، وعلى أبواب الحوانيت والمقابر فى كثير من أحياء القاهرة كلمات تتضمن لعن الصحابة ، كما أمر بنقش فضائل على وأبنائه على جدران المساجد ، ولونت هذه الكتابة بالذهب (٢) .

وأمر جوهر الصقلى بأن تصبغ جدران مسجد عمرو بن العاص باللون الأخضر وهو شعار العلويين (٣) .

ويتضح من هذا العرض أن الفاطميين قد اكتشفوا وسيلة لا تقل عن وسيلة الإعلام عن طريق اللافتات والملصقات التى تستخدم فى العصر الحديث ، أثناء الحملات الإعلامية والدعائية مثل حملة تنظيم الأسرة ، أو الحملات الانتخابية ، بل إنها كانت أكثر منها تأثيرا وفعالية نظرا لما لها من طابع البقاء فترة طويلة ، فإن الملصقات تترك أو تتمزق أو تتساقط بفعل العوامل الجوية ، كما أن اللافتات يتم نزعها بعد انتهاء مهمتها ، أما النقش على جدران المساجد والعمائر المدنية بعبارات لها مغزى شيعى معين يتعود الناس على قراءتها كلما دخلوا هذه المساجد أو مروا بهذه الأماكن ، فإن من الصعب طمسها أو إزالتها اللهم إلا إذا هدم الجدار الحامل لهذه النقوش ، ومن ثم فهى أشبه بالنصب التذكارية لأنها تعمر أطول وقت ممكن .

---

(١) على إبراهيم حسن . المصدر السابق . ص ١٩٧ .
(٢) أحمد أمين . ظهر الإسلام . ص ١٩٤ .
(٣) محمد ماهر حمادة . المصدر السابق . ص ٩٤ .

ثم تمخض الذكاء الفاطمى عن وسيلة إعلامية فى غاية الأهمية وهى « النقش على السكة » ، فقد أمر العزيز بالله بنقش اسم على وأبنائه على السكة ، وكانت تضرب الدنانير فى أيام المعز ، وعلى أحد وجهيها « لا إله إلا الله محمد رسول الله ، أرسله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله ولو كره المشركون ، على أفضل الوصيين وزير خير المرسلين » [١] .

وإذا تصورنا كيفية تبادل العملة بين الناس ، وكم من أبناء الشعب يتداول هذه العملات فيما بينهم ؟ . وهل يمكن لأحد الاستغناء عن الاستعانة بالعملات ، أو لايستطيع التعامل بها وبالتالى التمعن فى محتوياتها ؟ وإذا تصورنا مقدار اعتزاز الناس بالعملة ومدى اهتمامهم بالحصول عليها . إذا تصورنا كل هذا عرفنا أن العقلية الفاطمية قد توصلت إلى أحدث وسائل الإعلام وأكثرها انتشارا وتأثيرا فى نفوس الناس .
وحكمنا على هذه العقلية بأنها عقلية إعلامية متطورة ، وذلك بمختلف المقاييس الإعلامية الحديثة والمعاصرة .

سابعاً : الأعياد والمواسم الفاطمية :

استخدم الفاطميون الأعياد والمواسم المختلفة كوسيلة ناجحة من وسائل الدعاية لهم ولمذهبهم ، ولم يعرف عصر من العصور فى التاريخ المصرى اتخذ الاهتمام بهذه المناسبات هذا الطابع ، وهذا الاهتمام ، وهذه الفخامة . وقد أقر الفاطميون الأعياد التى كانت موجودة قبلهم وزادوا عليها .

وقد ذكر المقريزى [٢] الأيام التى كان الخلفاء الفاطميون يتخذونها أعيادا

---

(١) أحمد أمين . المصدر السابق . ص ١٩٤ .

(٢) المقريزى : الخطط المقريزية . ص ٢٨٩ .

ومواسم ، ويمكن أن نجملها فيما يلى :

١ – عيد رأس السنة .
٢ – موسم أول العام .
٣ – يوم عاشوراء .
٤ – مولد النبى ﷺ .
٥ – مولد على بن أبى طالب .
٦ – مولد فاطمة الزهراء .
٧ – مولد الحسين بن على
٨ – مولد الخليفة الحاضر .
٩ – ليلة أول رجب
١٠ – ليلة النصف من رجب .
١١ – ليلة أول شعبان .
١٢ – ليلة النصف من شعبان .
١٣ – ليلة أول رمضان .
١٤ – سماط رمضان .
١٥ – ليلة الختم .
١٦ – عيد الفطر .
١٧ – عيد النحر .
١٨ – عيد الغدير .
١٩ – كسوة الصيف .
٢٠ – كسوة الشتاء .
٢١ – موسم فتح الخليج .
٢٢ – يوم النوروز .
٢٣ – يوم الغطاس .
٢٤ – يوم الميلاد .
٢٥ – خميس العهد .
٢٦ – أيام الركوبات .
٢٧ – موسم الفصح .

وكان الشعب المصرى يخرج ليشارك بمظاهر البهجة والسعادة فى هذه الأعياد والمواسم حيث تقام المآدب ، وتنظم الملاهى ، ويعم الناس الفرح والسرور ، فكانت تضاء الشوارع والحوانيت والمساجد ، إلا فى يوم عاشوراء وهو يوم مقتل الحسين بن على ، فقد كان يعتبر يوم حزن تعطل فيه الأسواق ، ويخرج المنشدون إلى الجامع الأزهر فيلقون الأناشيد المحزنة فى رثاء الحسين ، وكان الخلفاء الفاطميون يحتفلون بأعياد القبط ، بكثير من مظاهر الأبهة والعظمة مشاركة لهم فى مشاعرهم الدينية .

وقد كانت الأعياد والمواسم من أنجح الوسائل الإعلامية فى العصر الفاطمى ، حيث يجتمع الناس ، ويتناقلون الأخبار ، ويتبادلون الحديث والنقاش فى أمورهم ، وحيث تكون الفرصة سانحة ، والأذهان مهيأة لتلقى الرسالة الإعلامية .

ثامناً : دور المساجد فى الإعلام الإسلامى الفاطمى : -

اهتم الفاطميون اهتماما كبيرا بالمساجد وعمارتها ، ولا تزال آثارهم الخالدة شاهد صادق على جهدهم فى هذا المضمار . وعلى رأس هذه الآثار مدينة القاهرة بمساجدها وقصورها وغير ذلك . وكلها تعكس مظاهر الحياة الفاطمية والعقائد الشيعية ، ونؤكد البصمات البارزة التى تركها الفاطميون فى مختلف جوانب الحياة المصرية .

وقد لعبت المساجد دورا ملحوظا فى الإعلام الإسلامى فى العصر الفاطمى ، وكان المسجد فى هذا العصر مصدرا للاشعاع الفكرى الشيعى ، ورائدا للثقافة الدينية ، ولهذا اهتم به الفاطميون وأولوه عناية خاصة .

وأقيمت المساجد فى مدينة القاهرة ، ولبست ثوب الدعوة الشيعية ، واصطبغت بهذه الصبغة ، واتخذت مراكز لهذه الدعوة ، وشمل ذلك أيضاً المساجد التى كانت مقامة قبل إقامة دولتهم ، مثل جامع الفسطاط ، وجامع ابن طولون ، والمساجد الكبرى فى المدن .

ومن خلال هذه العمائر الفاطمية بكل مظاهرها برزت القاهرة كعاصمة للعالم الإسلامى . وفى هذا يقول فاتيكيوتس Vatikiotis . أن الفاطميين قد أعطوا لمصر شخصيتها الإسلامية ، وأن الحكم الفاطمى لمصر الذى استمر منذ عام ٩٦٩ م إلى عام ١١٧١ م يعكس فترة ازدهار رائعة للحضارة الإسلامية . تلك الحضارة التى لم تحدث تأثيرها الدينى السريع فحسب على مصر ، ولكنها اتخذت من مصر أبرز وأكبر مركز حضارى مزدهر فى ذلك الوقت .

وتبرز اثنتان من أهم منجزات الفاطميين فى إحداث هذا التحول الدينى لمصر ، أولاهما مدينة القاهرة على يد جوهر الصقلى ، وثانيهما إنشاء الجامع الأزهر .

ومن أهم هذه المساجد الفاطمية : -

١ - الجامع الأزهر :

وقد بدئ العمل فيه عام ٩٧٠ م ، وتم الانتهاء من بنائه عام ٩٧٢ م ، وأقيمت فيه أول صلاة جمعة فى ٢١ يولية عام ٩٧٢ م .

وسوف نتناول الحديث عنه فى الفصل القادم ، والخاص بأجهزة الإعلام الإسلامى فى مصر حاليا ، ولكن ما يهمنا هنا أن هذا الجامع اتخذ مركزا لنشر الدعوة الشيعية .

٢ - المساجد الأخرى :

وإلى جانب الجامع الأزهر قام الخلفاء والوزراء الفاطميون ببناء عدد كبير من المساجد ذكر لنا المقريزى [١] منها جامع راشدة ، وجامع المقس ، وجامع فيلة ، والجامع الأقمر ، وجامع الظافر ، وجامع الصالح طلائع .

هذا بالإضافة إلى مسجد الجيوشى وهو أول مسجد كان يضم ضريحاً ، ومشهد السيدة رقية [٢] .

وقد ساهمت هذه المساجد أيضاً فى نشر الدعوة الشيعية ، ودعمت من دور الجامع الأزهر والمساجد الكبرى الأخرى مثل جامع عمرو بن العاص وجامع ابن طولون .

---

(١) المقريزى ، الخطط ج ٣ . ص ٢٤٣ ، ص ٢٦٠ .

(٢) أحمد فكرى . مساجد القاهرة ومدارسها . ص ٤١ .

تاسعاً : الأذان فى العصر الفاطمى :

إهتم الفاطميون بالآذان باعتباره وسيلة جماهيرية للإعلام الإسلامى فى نشر ودعم دعوتهم المذهبية الشيعية .

وقد كان الأذان بمصر منذ الفتح الإسلامى لها كأذان أهل المدينة وهو الله أكبر .. الله أكبر .. إلخ » . وظل كذلك فى العهدين الطولونى والإخشيدى فى جميع المساجد المصرية إلى أن جاء الفاطميون ، فأضافوا عبارات جديدة إلى الأذان تمشيا مع مذهبهم الشيعى ، وليثبتوا فى أذهان الناس المبادىء العامة لعقيدتهم ، ومن هذه الإضافات عبارة « حى على خير العمل » [١] وذلك لأول مرة على مآذن مصر ، وكان ذلك فى الثامن من جمادى الأول عام ٣٥٩ هـ ، وكان ذلك من جامع أحمد بن طولون ، والجامع العتيق . وكانت تصدر الأوامر بحذف بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى بهدف تمجيد المذهب الشيعى . وفى خطبة الجمعة كانت تردد العبارات الآتية :

« اللهم صلى على النبى المصطفى ، وعلى علىّ المرتضى ، وعلى فاطمة البتول ، وعلى الحسن والحسين سبطى الرسول ، الذين أذهبت عنهم الرجس وطهرتهم تطهيرا ، اللهم صلى على الائمة الراشدين آباء أمير المؤمنين الهاديين المهديين » [٢] .

عاشرا : الشعر كوسيلة إعلامية فى العصر الفاطمى :

استخدم الخلفاء الفاطميون الشعر كوسيلة دعاية فعالة لتحقيق أهداف دعوتهم ، علقوا عليه أهمية كبيرة ، وشجعوا شعراء المذهب الشيعى ليتغلغلوا بين الفئات الشعبية لنشر الدعوة الفاطمية .

وكان الشعر بمثابة الوسيلة الدعائية لهذا المذهب بين عامة الناس ، فقد كان يستعان به باعتباره وسيلة ناجحة فى الأوساط الشعبية وعامة الناس .

---

(١) المقريزى . الخطط المقريزية . ص ٢٨٩ .

(٢) أحمد أمين . المصدر السابق . ص ٢٠٦ .

ذلك أن مجالس الدعوة ، والندوات العلمية كانت تتجه فى غالبيتها للفئات المثقفة ، بحكم طبيعة الموضوعات الجادة والمتعمقة التى كانت تتناولها ، ولغة التخاطب التى كانت تعالج بها هذه الموضوعات المذهبية .

ومن هنا رأى الفاطميون بصائب نظرهم ، أن الشعراء هم أصلح الدعاة لمذهبهم بين الشعب المصرى . فهم يقومون فى زمنهم مقام الصحف والمجلات فى عصرنا الحاضر .

فاحتضن الخلفاء الفاطميون ووزراؤهم الشعراء [١] وقربوهم ، وأخذوا ينفحونهم بالمال الكثير ، والعطاء الوفير ، ليطلقوا ألسنتهم بالقول فى مدحهم ، ومدح مذهبهم ، فكثر الشعر وجاد ، وظهر شعراء ممتازون لم يسبق لهم مثيل فى مصر ، وكان منهم من حضر مصر مع جيش الفاطميين ، ومنهم الوافدون الذين أتوا بعد ذلك . ومن أبرز شعراء العصر ابن هانئ الأندلسى الذى جسم فى شعره الدعوة الفاطمية ، ونظرية الإمامة ، وعصمة الائمة

ولسنا فى معرض ذكر هذا الشعر كله ، ولكننا سنعرض لنماذج قليلة مما قاله ابن هانئ فى مدح الخليفة المعز . وبالغ فى ذلك أشد المبالغة فقال له [٢]

ما شئت لا ما شاءت الأقدار	فاحكم فأنت الواحد القهار
وكأنما أنت النبى محمد	وكأنما أنصارك الأنصار
أنت الذى كانت تبشرنا به	فى كتبها ، الأحبار والأخبار

وفى قصيدة أخرى يمعن فى مدح المعز ، وعصمته من الخطأ والزلل وأحقيته فى الخلافة [٣] :

أقسمت لولا أن دعيت خليفة	لدعيت بعد المسيح مسيحا
شهدت بفخرك السموات العلى	وتنزل القرآن فيك مديحا

---

(١) أحمد أمين . المصدر السابق . ص ٢٦ .

(٢) ديوان ابن هانئ الأندلسى . ص ٥١ .

(٣) ديوان ابن هانئ الأندلسى . المصدر السابق . ص ١٩٤ .

ويثبت انتساب الفواطم إلى آل بيت على فيخاطب المعز قائلا [١]

وأنت نظام الدين وابن نبيه

وذو الأمر مدعو إليه فمندوب

وقد دفعت الرغبة فى الحصول على العطايا الجزيلة ، والخلع والجوائز الثمينة ، والهبات الشعراء من أهل السنة إلى محاكاة للشعراء الشيعيين لمدح وتمجيد الخلفاء الفاطميين [٢] .

وكان يتم اختيار الشعراء الذين اشتهروا بسعة الاطلاع ، وامتازوا بالقدرة على قول الشعر حتى يستطيعوا إقناع الناس بحججهم القوية ، وعباراتهم الرصينة .

ولم تشهد مصر منذ الفتح الإسلامى حركة شعرية واسعة وقيّمة كالتى شهدتها فى العصر الفاطمى . فلما استقرت الأمور ، وتولى الحكم فى مصر أتراك ، لم يكن لهم من الذوق العربى ما يستسيغون به الشعر العربى ، مثل الطولونيين والأخشيديين . فلما جاء الفاطميون وهم عرب لهم هذا الذوق العربى ، صحبوا معهم الشعراء ، وازدهر الشعر على بابهم . وكانت الحركة الشعرية الفاطمية تسهم مع غيرها من الوسائل الإعلامية فى دعم وتمجيد الدعوة الشيعية والخلفاء الفاطميين .

الحادى عشر : التسامح الدينى كأسلوب إعلامى للدعوة الفاطمية : -

أنه مما لاشك فيه أن سياسة ولاة مصر منذ الفتح الإسلامى تجاه الأقباط لم تكن على وتيرة واحدة ، فإن هؤلاء الولاة لم يتبعوا فى معاملتهم طريقة واحدة ، بل اختلفت هذه السياسة لينا وشدة ، ورأفة وعنفا حسب طبيعة هؤلاء الولاة ،

---

(١) المصدر السابق . ص ٩٤ .

(٢) المصدر السابق . ص ٢٦ .

ومدى فهمهم للقاعدة الأصيلة فى الدين الإسلامى وهى أنه « لا إكراه فى الدين » . ذلك أنه لا عصمة لأحد خليفة كان أو واليا بعد رسول الله ، وهو الذى أوصى بقبط مصر خيرا ، فإن منهم هاجر زوجة إبراهيم وأم إسماعيل ؛ ومنهم مارية زوجته التى أهداه إياها المقوقس [١] .

إلا أن أحسن معاملة شهدها أقباط مصر – كما يؤكد ذلك الدكتور على إبراهيم حسن – كانت فى عهد الفاطميين ، فقد اتخذوا منهم الوزراء وأرباب المناصب العالية ، وتمتع المسيحيون فى هذا العهد بثروات كبيرة جمعوها ، وأصبحوا ذوى نفوذ وسلطان ، وهكذا عامل الخلفاء الفاطميون أهل الذمة ، وهم النصارى واليهود ، معاملة طيبة وأولوهم العطف والرعاية .

اتبع الخليفة العزيز بالله سياسة أبيه المعز من حيث العطف على النصارى ، بل أن العزيز كان أكثر عطفا عليهم لما كان بينه وبينهم من صلة نسب ، فرفعهم إلى كرسى الوزراء وقلدهم أرق مناصب الدولة . وفى عهد الخليفة المستنصر تولى الأقباط أيضاً أرق المناصب وأعلاها ، وشغلوا معظم الوظائف المالية ، وتمتعوا بقسط وافر من التسامح الدينى ، ويتمثل ذلك فى بناء عدد من الكنائس أو إعادتها إلى ما كانت عليه ، وكان الخليفة الآمر الفاطمى يقدم للرهبان مبالغ من المال بين حين وآخر . وأولع الخليفة الحافظ الفاطمى بزيارة النصارى . واتخذ أحدهم – وهو بهرام الأرمنى – وزيرا ومستشارا له .

وفى السنوات العشر الأولى لحكم الفاطميين تمتع اليهود والنصارى بالحصانة ، وحصلوا على كثير من الامتيازات – ولاسيما ابان حكم العزيز بالله – هذا ويذكر ستانلى بول [٢] بعض الفترات الأخرى التى تعرض فيها المسيحيون لبعض الضغوط والتعسف فى المعاملة ولاسيما فى الفترة من ١٠٠٧ إلى سنة

---

(١) على إبراهيم حسن . المصدر السابق . ص ٢٧ .

(٢) Lane- Poole Stanley. op. cit; P. 126-127.

١٠١٢ م ، كما يذكر أن كثيرا من المسيحين دخلوا الإسلام هروبا من وطأة الاضطهاد ، ويؤكد أنه من فرط هذا الاضطهاد كان كثير من المتزاحمين للدخول فى الإسلام يتعرضون للموت سحقا تحت الاقدام من شدة الزحام على المكتب المختص بتلقى طلبات الدخول فى الإسلام يومين فى الأسبوع .

وإذا صح هذا الكلام الذى ذكره بول ، فلا نستطيع القول بأن هذا الإرهاب كان وسيلة ضغط لنشر الدعوة الإسلامية فى مصر فى العصر الفاطمى . ذلك أنه إذا انحرف بعض الولاة عن جادة الصواب ، وأساءوا فهم القاعدة الأصيلة للسماحة والتى أكدها القرآن الكريم حين خاطب الله رسوله قائلا « أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن » (١) . وقوله تعالى : « فذكر إنما أنت مذكر .. لست عليهم بمسيطر » (٢) أقول إذا انحرف هؤلاء فإنهم لم يتبعوا سنة الرسول الكريم ، ولم ينهجوا منهجه .

وقد يكون هناك أسباب أخرى دفعت بعض الخلفاء الفاطميين إلى هذه المعاملة وأفسدت العلاقة التى بين المسلمين والمسيحيين فى مصر . ونذكر منها (٣) الخلافات وسوء العلاقة التى حدثت بين الخليفة المستنصر الفاطمى والدولة البيزنطية ، بسبب إخلال هذه الدولة بمعاهدة السلام التى أبرمتها مع مصر وتوقفت بيزنطة عن توريد القمح لمصر أبان أزمتها الإقتصادية ، طبقاً لبنود هذه المعاهدة ، وميلها إلى مصادقة العباسيين الأقوياء الذين يناصبون الفاطميين العداء ، وإهمالها للفاطميين ، مما دفع المستنصر إلى معاداة بيزنطة واتخاذ موقف معاد للمسيحيين فى الداخل للشبهات التى حامت حولهم ، واتهامهم بالايعاز إلى حكام القسطنطينية باتباع هذه السياسة ضد الفاطيين مما دفعه إلى فرض الضرائب عليهم وإغلاق

---

(١) سورة النحل . آية رقم (١٢٥) .

(٢) سورة الغاشية . الآيتان (٢١ ، ٢٢) .

(٣) أحمد شلبى . موسوعة التاريخ الإسلامى والحضارة الإسلامية ، ص ١٢٦ .

بعض كنائسهم ، وإلقاء القبض على بعض القسس ، فى حين أن المستنصر كان يحسن معاملة المسيحيين فى أول الأمر ، ويترك لهم حرية العبادة ، وإقامة شعائرهم الدينية ، ويرفع القيود عنهم وكان أبوه يسير من قبله على هذه السياسة .

ومن هذا يتضح أن عهد الفاطميين [1] قد تميز بتسامح دينى واسع مع أهل الذمة من اليهود والنصارى ، حيث أطلقت لهم الحرية ، وتم تعيينهم فى أدق شئون الدولة ، بل وقاموا على كثير من أمورها . ويعقوب بن كلس وزير العزيز بالله خير دليل على صحة هذا القول . ذلك أن أهم الأهداف التى شغلت الدولة الفاطمية هو توحيد العالم الإسلامى تحت سلطانهم ، دون النظر إلى عصبية دينية أو جنسية . فكانوا يخاطبون كل قوم بما يقربهم إلى الدعوة ؛ حتى تتحقق بالتالى أغراضهم السياسية .

وكان الفاطميون يشاركون المسيحيين أعيادهم مثل عيد النوروز ، وليلة الغطاس ، وخميس العهد . فتعطل الأسواق ، ويقل فيها سعى الناس فى الطرقات . وتفرق فيه الكسوة لرجال أهل الدولة وأولادهم ونسائهم .

ويتضح من خلال استعراضنا للإعلام الفاطمى أن الدعاية الرسمية التى تعتمد عليها الدول المعاصرة الآن ، وتعتبرها من أقوى أسلحتها ، والتى نراها ماثلة اليوم أمام أعيننا ليست ابتكارا جديدا فى غاياتها ، وإن كانت جديدة فى بعض وسائلها ، ولم تنفرد بها هذه الدول وتلك النظم التى تعتمد عليها فى تحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية من خلال الخطط الإعلامية بها الدول ، ذلك أن إحدى الدول الإسلامية التى عاشت فى العصور الوسطى حين كان العالم يغط حولها فى دياجير الجهل والتخلف ، عرفت الإعلام والدعاية بصورهما الحالية ، واتخذتهما أداة لغزو الأذهان ، وتوجيه الرأى العام ، واستطاعت أن تنظم خططها الإعلامية أو الدعائية بوسائل وأساليب بارعة . فسبقت بذلك جميع الدول المعاصرة التى

---

(١) أحمد أمين . المصدر السابق . ص ١٨٩ .

تتباهى بما لديها من وزارات ضخمة وإدارات منظمة ، وأجهزة حديثة للإعلام والدعاية ، تلك الدول التى تتباهى أيضا بما لديها من خبراء فى الإعلام وما تستعين به من أساليب وما تستند إليه من تشريعات وقوانين إعلامية .

وقد رأينا من خلال هذه الدراسة أن نظام الإعلام فى الدولة الفاطمية لم يوجد له مثيل فى شكله التنظيمى ، وكذلك فى مضمونه ، وفى دقة اختيار الأساليب المختلفة التى تناسب العامة والخاصة والعلماء والجهلاء ، والمؤمنين والملحدين والأذكياء والأغبياء ، والرجال والنساء .

أى أن الدعاية الحديثة التى تحتل مكانتها الكبرى فى العالم المعاصر ، ولاسيما فى الدول الفاشستية والنازية مثل ألمانيا وإيطاليا أثناء الحرب العالمية الثانية ، والدول الشيوعية مثل الاتحاد السوفيتى ليست جديدة على العالم ، إلا فى بعض الوسائل التى تم اختراعها حديثا ولم تكن موجودة من قبل .

وإذا كانت الدول الإسلامية التى سبقت الدولة الفاطمية قد اكتشفت قيمة الدعاية ولجأت إلى العديد من الوسائل لتحقيق أهدافها الدينية والسياسية ، فإنها لم تظهر فى شكل وزارة أو هيئة خاصة . ولم تخضع وسائلها وأساليبها لإدارة رسمية ، إلا أننا نجد فى الدولة الفاطمية أن الدعوة قد أخذت طابعا رسميا ، ووضع لها نظام فى غاية البراعة ، بل أننا نجد أن الهيئة الرسمية التى أخذت على عاتقها تأدية هذه المهمة ترتفع إلى مستوى الوزارة ، نظرا لأن الإعلام والدعاية هما دعامتان قامت عليهما الخلافة الفاطمية .

الإعلام الإسلامى فى العصر الأيوبى

قامت الدولة الأيوبية فى مصر على أنقاض الدولة الفاطمية التى تم القضاء عليها سنة ٥٦٧ هـ ، وذلك على يد صلاح الدين الأيوبى الذى أخذ على عاتقه سحق المذهب الشيعى ، والقضاء عليه نهائيا فى مصر والانتصار للمذهب السنى الذى ينتمى إليه .

ولقد ظل الفاطميون يحكمون مصر باسم المذهب الشيعى نحو قرنين من الزمان ، وكانوا يعملون بكل الطرق الممكنة ، مستخدمين فى ذلك كل ما اتيح لهم من وسائل وأساليب دعائية ، لترسيخ جذوره فى أعماق التربة المصرية أو غرسه فى نفوس المصريين ، وكان على صلاح الدين الأيوبى أن يبذل محاولات مضنية لمناهضة هذا المذهب ، وتقويض أركانه فى مصر ، لاقتلاع أفكاره ومبادئه من هذه التربة ، ثم القضاء عليه نهائيا بعد ذلك ، وأخذ الإعلام الإسلامى فى العصر الأيوبى طابعا خاصا ، وسلك لتحقيق أهدافه عددا من الطرق ، واستخدم من الوسائل ما دعم من موقفه وما أيد من اتجاهه ، ويمكن أن نجمل هذه الوسائل فيما يلى :

أولا : إجراءات السلطة الرسمية : -

قام صلاح الدين بعدد من الإجراءات الإدارية بغية القضاء على المذهب الشيعى منها ، عزل قضاة مصر الشيعيين ، وبعزل هؤلاء القضاء بدأ مذهبهم يختفى ، وتقلد القضاء فى مصر أحد فقهاء الشافعية ؛ وهو صدر الدين عبد الملك ، وجعل إليه الحكم فى جميع أنحاء مصر ، وعمل طبقاً لمذهب الإمام الشافعى . وأبطل صلاح الدين خطبة الجمعة فى الجامع الأزهر - معقل الدعوة الشيعية - وظل الجامع الأزهر معطلا لمدة مائة عام ، إلى أن أعيدت خطبة الجمعة إليه بعد ذلك أيام الظاهر بيبرس فى أوائل العصر المملوكى .

وجعل صلاح الدين يوم عاشوراء يوم فرح وسرور ، وليس يوم حزن وأسى كما كان يفعل الفاطميون ، وهدم دار العلم الفاطمية وبناها مدرسة للشافعية ، وتخلص من جميع مكتبات الفواطم بطريقة أو بأخرى . ونجح صلاح الدين فى استئصال شأفة المذهب الشيعى من مصر ، وأصبح وكأنه لم يكن ، وعادت مصر إلى ما كانت عليه فى مذهب أهل السنة ، ويرجع نجاح صلاح الدين فى ذلك – فى المقام الأول – إلى معرفته لمراكز الإعلام الشيعية وقيامه بالقضاء عليها .

والحقيقة أن القضاء على المذهب الشيعى فى مصر ، لا يرجع فى المقام الأول إلى الإجراءات التى اتخذها صلاح الدين وغيره من الحكام الأيوبيين فحسب ، ولكن كان هناك سبب جوهرى ساعد صلاح الدين ، وهيأ له المناخ المناسب لتحقيق هذا الهدف ، وهذا السبب هو أن المذهب الشيعى لم يضرب بجذوره فى الأرض المصرية ، ولم يترك آثاره وبصماته العميقة فى نفوس المصريين وعقولهم ، ولكنه كان مذهبا مرفوضا ، وذلك على الرغم من الوسائل والأساليب الإعلامية الكبيرة والمتنوعة ، وعلى الرغم من المحاولات المضنية التى بذلها الفاطميون لاغتصاب عقول المصريين والتأثير فيهم وإقناعهم بهذا المذهب ، وربما تظاهر كثير من المصريين بقبوله ارضاء لحكامهم ، أو اتقاء لشرهم ، أو تمشيا مع رغبتهم ، ولكنهم فى الواقع كانوا غير مقتنعين به ، وإلا فما هو تفسير هذا التحول السريع للمصريين وعودتهم إلى مذهب أهل السنة ؟ وهل يستطيع حاكم مهما أوتى من قوة وحصافة أن يغير العقائد بهذه السهولة ؟ ...

ثانياً : المدارس الدينية : –

رأى صلاح الدين بثاقب نظره أن يأخذ على عاتقه وضع خطة مرسومة لإنشاء المدارس السنية الدينية الواحدة تلو الأخرى ، وذلك لكى تسهم بشكل فعال فى القضاء على المذهب الشيعى – الذى ساد مصر زهاء قرنين من الزمان – وإحلال التعليم السنى مكانه ، واستخدم صلاح الدين فى ذلك وسيلة التعليم عن طريق المدارس الدينية على نطاق واسع .

ويرجع إلى صلاح الدين ؛ ومن خلفه من السلاطين الأيوبيين وأمراء البيت الأيوبى تحقيق فكرة إنشاء المدارس السنية على نطاق واسع ، واستمر صلاح الدين فى إنشاء هذه المدارس على الرغم من انشغاله فى مقاومة الغزاة الصليبيين ، لأنه رأى أن القضاء على آثار الفاطميين لن يتم بين يوم وليلة ، بمجرد اتخاذ عدد من الإجراءات الرسمية . ولكنه رأى أن ذلك لا يتأتى إلا بخطة طويلة المدى معتمدا فى ذلك على أسلوب تعليمى هادئ وفعال .

وقد تميز العصر الأيوبى بإنشاء المدارس ، ولم يقتصر ذلك على سلاطين الأيوبيين وحدهم ، بل إن الأمراء والأميرات والتجار وغيرهم ، حتى الخدم ، قد اشتركوا فى إنشاء المدارس . وكانت مدارس الأيوبيين كثيرة بحيث تمكنت من تحقيق أهدافها فى وقت قصير (١) .

وقد ذكر الدكتور عبد الرحمن زكى (٢) من هذه المدارس المدرسة الناصرية ، والمدرسة الصلاحية لتدريس الفقه الشافعى ، والمدرسة القمحية والمدرسة السيوفية لتدريس المذهب الحنفى . كما تم إنشاء المدرسة الفاضلية التى أسسها القاضى الفاضل ، وقد حذا أبناء البيت الأيوبى حذو مؤسس دولتهم فى بناء المدارس بمصر ، فتم أيضاً إنشاء مدرسة العادل أبى بكر بن أيوب للمالكية . وبنى المظفر تقى الدين أخو صلاح الدين مدرستين بالفيوم للشافعية والمالكية . وبنى السلطان الكامل دار الحديث الكاملية . كما أسس الصالح نجم الدين المدرسة الصالحية النجمية ، وهى أول مدرسة بنيت فى القاهرة على المذاهب الأربعة . وغير ذلك من المدارس إلى أن بلغ عدد المدارس فى القاهرة وحدها ١٣ مدرسة سنة ١٢٠٣ م .

---

(١) أحمد شلبى . موسوعة التاريخ الإسلامى والحضارة الإسلامية . ج ٥ . ص ١٧٨ .

(٢) عبد الرحمن زكى . القاهرة ، تاريخها وآثارها . ص ٦٣ ، ٧٣ .

ويصف الرحالة ابن جبير المدرسة الناصرية التى أنشأها صلاح الدين أثناء زيارته لمصر عام ٥٧٨ هـ ، بأنها مدرسة لم يقم بهذه البلاد مثلها ، ولا أروع منها مساحة ، ولا أحفل بناء . يخيل لمن يطوف بها أنها بلد مستقل بذاته . وقد عين صلاح الدين لهذه المدرسة الضخمة مدرسا لتدريس الفقه على مذهب الإمام الشافعى ، كما عين بها معيدين وأدخل بها طلبة ورتب للجميع رواتب شهرية ، ووقف عليها الأوقاف الكثيرة [١] .

وقد كانت هذه المدارس بمثابة مشاعل للفكر السنى ، ومراكز لنشر الثقافة الدينية من منطلقات سنية فى هذه الفترة ، ذلك أن المدرسة تضع برنامجا منظما ، ومنهجا ثابتا ، وخطة طويلة المدى لتحقيق أهدافها التعليمية والتربوية .

وكانت هذه المدارس تستهدف ترسيخ الفقه السنى فى التوجيه والإرشاد ، حيث إن الدعاية السريعة كانت لا تفى بالغرض لتحقيق الهدف ، ذلك أن الفاطميين قد قاموا بوضع نظام محكم للدعاية ، واستخدموا فى ذلك وسائل فعالة وأساليب بارعة دامت فترة ليست بالقصيرة وكان على الأيوبيين وضع خطة مماثلة لدعم موقفهم ومحو آثار الفواطم الشيعية .

ثالثاً : المكتبة الإسلامية فى العهد الأيوبى : -

وفى مجال الإعلام عن طريق المكتبات فى العصر الأيوبى ، أثبت آل أيوب أنهم على الرغم من الحروب الصليبية التى تحملوا عبئها ، إلا أنهم كانوا على قدر كبير من الوعى بأهمية المكتبات فى نشر المذهب السنى ، وعلى سبيل المثال ذكر لنا الفيكونت فيليب دى طرازى [٢] مكتبة المدرسة الكاملية ، ومكتبة المدرسة الفاطمية ، والتى ضمت مائة ألف مجلد حصل عليها القاضى الفاضل من دار العلم الفاطمية قبل التصرف فيها .

---

(١) جمال الدين الشيال . تاريخ مصر الإسلامية . العصران الأيوبى والمملوكى ، ص ٥١ .

(٢) فيليب دى طرازى . خزائن الكتب العربية فى الخافقين . ص ٢٠٠ .

ونحن لا نستطيع أن نسقط من حسابنا دور المكتبة ، أو نغمطها حقها كوسيلة إعلامية ثقافية جماهيرية ، تخدم الفكر السنى ، وتيسر سبل المعرفة فى هذا العصر على نطاق واسع .

رابعاً : الجهاد فى سبيل الله : -

لم يعرف فى مصر قائد إسلامى منذ فتحها المسلمون ، جاهد للذود عن الإسلام ونشر دعوة الحق وحماها من أعدائها بمثل ما جاهد صلاح الدين . ويعتبر صلاح الدين بأى مقياس من أعظم رجالات الإسلام بسالة وتدبرا وسياسة . فقد رفع صلاح الدين لواء الإسلام عاليا وحقق انتصارات لن يمحوها التاريخ أبدا . وتركزت جل أعماله فى الدفاع عن الإسلام ، والذود عنه ودحر أعدائه من الصليبيين . ومن المعروف أن الجهاد أداة من أبرز وسائل الإعلام لدعم الدعوة الإسلامية والحفاظ عليها ونشرها .

ولسنا هنا موضع الحديث عن الحملات الحربية التى قادها صلاح الدين لطرد الصليبيين ، ولتحرير الأراضى الإسلامية ، يكفى أن نذكر أن صلاح الدين قد حرر بيت المقدس أولى القبلتين ، وثالث الحرمين ، بعد احتلال دام ثمانية وثمانين عاما ، وانقذه من أيدى الصليبيين . ونستطيع أن ندرك الخطر الذى كان يمكن أن يتعرض له الإسلام والدعوة الإسلامية أمام انتصار الصليبيين ، وقيمة الجهاد الذى خاضه صلاح الدين فى مواجهة هذا الخطر المحدق بالإسلام والمسلمين والذى تستر بستار دينى ، مدعوما بكنيسة روما فى ذلك الوقت .

وعمل الأيوبيون على الاحتفاظ بمكانة مصر المرموقة فى العالم الإسلامى وقاوموا الهجمات الصليبية الشرسة بعد ذلك ، وإضعفوا شوكة الصليبيين بعد أن حاولوا العودة للإستيلاء على مصر مرة أخرى بقيادة الملك جان دى بريِن عام ١٢١٨ م ، ثم الهجمة الأخرى التى قادها لويس التاسع ملك فرنسا عام ١٢٤٨ م .

واستمر النضال الطويل للأيوبيين ، وفى هذا يقول ستانلى لين بول [١] Lane-Poole, Stanley إن الحرب المقدسة بين جيوش المسلمين والصليبيين زمن الدولة الأيوبية ، قد استمرت فترة ليست قصيرة ، وأن الهزيمة الساحقة التى لحقت بالصليبيين فى حطين قد أعقبتها هزائم أخرى سريعة فى فلسطين ، وقد تمكن جيش صلاح الدين من السيطرة على الأراضى المقدسة ، واستولى على بيت المقدس نفسه بعد ذلك ، وفى ذلك الوقت الذى لم يكن يوجد فى يد المسلمين بوصة واحدة من الأراضى الفلسطينية قبل هذا النصر الحاسم فى يولية من عام ١١٨٧ م .

خامساً : الأذان فى مصر أيام الأيوبيين : -

وإمعانا فى القضاء على كافة آثار الدعاية الفاطمية ، ودعوتهم الشيعية ، لم ينس صلاح الدين تعديل الأذان الذى ساد فى العصر الفاطمى ، فأبطل من الأذان عبارة « حى على خير العمل » ، وصار يؤذن فى سائر اقليم مصر بأذان أهل مكة وفيه التكبير وترجيع الشهادتين [٢] .

وهكذا استخدم الأيوبيون الأذان كوسيلة إعلامية لإحياء المذهب السنى والإسهام فى القضاء على العقيدة الفاطمية الشيعية . كما إستخدمه الفاطميون من قبل لنشر مذهبهم وبسطه فى الديار المصرية .

وأكثر من هذا فقد كان يتم التذكير يوم الجمعة أثناء النهار بأنواع من الذكر على المآذن ليتهيأ الناس لصلاة الجمعة [٣] .

سادساً : ازدهار الصوفية : -

ازدهرت الحركة الصوفية فى زمن الأيوبيين ازدهارا ملحوظا ، وأصبح للصوفية مقام معلوم فى مصر أيام السلطان صلاح الدين الأيوبى وخلفائه ، ويشهد بذلك

---

(١) Lane-Poole, Stanley. op. P. 208 .

(٢) المقريزى . المصدر السابق . ص ٢٢٧ .

(٣) المصدر السابق . ص ٢٢٩ .

العدد الوفير من البيوت التى شيدت لهم ، والتى تعرف بالخوانق ، وكان لهؤلاء شعراؤهم الذين عكسوا وجهات نظرهم ، واثنوا على هذا الاتجاه وكانوا يبثونه بين الناس [١] .

ونحن هنا لا نعالج الصوفية فى حد ذاتها كاتجاه دينى ، ولكن ما يعنينا هنا هو أسلوب ازدهارها ، والإعلام عنها ، وانتشارها لتصبح حركة لها وزنها ولها جمهورها الذى عشقها وتأثر بها واعتنقها ، وحاول إقناع الآخرين بها . وقد أتاح لها العصر الأيوبى المناخ الملائم لهذا النمو وهذا الازدهار .

سابعاً : التسامح الدينى : —

إنه على الرغم من أن السمة التى اتسم بها العصر الأيوبى ، وغلبت على غيرها من الظواهر الأخرى هى الحروب الصليبية ، التى خاضها أبناء البيت الأيوبى ضد الصليبيين . فإن الأدلة والبراهين تؤكد أن هذه الحروب لم تنعكس اطلاقا على تصرفات صلاح الدين وخلفائه فى تعاملهم مع المسيحيين المصريين . بل على العكس من ذلك فقد كانت العلاقات تزداد تحسنا . وضرب صلاح الدين المثل الرائع فى هذا الصدد .. فكان قدوة حسنة فى التسامح الدينى وكانت العلاقات بين المسلمين والمسيحيين تزداد تحسنا فى كثير من الأحيان ، وكان ذلك بمثابة أسلوب إعلامى ناجح لإثارة الإعجاب به كقائد مسلم يمثل الإسلام خير تمثيل ، ويستلهم روحه وجوهره .

وفى هذا يؤكد ستانلى لين بول [٢] أن العلاقات بين الأيوبيين ورعاياهم من المسيحيين كانت وطيدة ، وكانت تزداد متانة وقوة بمرور الوقت .

---

(١) عبد الرحمن زكى . المصدر السابق . ص ٨٠ .

(٢) Lane-Poole, Stanely, op. cit; P. 241.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك أن صلاح الدين بعد أن انتصر على الصليبيين نصره الحاسم فى حطين ، كان كريما غاية الكرم ، نبيلا غاية النبل ، فأكرم رجال الدين المسيحى وأعطى بطريرك القدس كل أمواله ، وأموال الكنائس وذخائرها ، كما سمح للمسيحيين بالبقاء كرعايا للدولة [1] . وكذلك أكرم صلاح الدين ملكة بيت المقدس ، فسمح لها أن تصحب معها زوجها وأموالها وخدمها أثناء مغادرة البلاد . وفعل الشئ نفسه مع بقية الزوجات الأخريات .. وحين تقدم إليه اليهود من نساء الفرنج والدموع تملأ عيونهن يسألنه فى استرحام أين يستطعن الذهاب بعد مقتل أزواجهن وأبائهن ووقوع بعضهم فى الأسر ، فوعدهن صلاح الدين بأنه سوف يطلق سراح كل زوج أسير ، أما الأرامل واليتامى فقد أعطى كل واحدة منهن منحة تتناسب مع مكانتها ، وبهذا قدم صلاح الدين العطف وأمر بالعفو عن هؤلاء الغزاة فى الحملة الصليبية الأولى .

ولعل هذا اللون من ألوان التسامح الدينى فى الإسلام الذى طبقه صلاح الدين الأيوبى بالنسبة للصليبيين بعد هزيمتهم ؛ كان مثلا واضحا للإعلام الفعال والمؤثر فى عقول ونفوس بقايا الصليبيين .

---

(١) جمال الدين الشيال . المصدر السابق . ص ٧٣ ، ٧٥ .

الإعلام الإسلامى فى العصر المملوكى

تميز عصر المماليك بالجور ، والعسف ، وفداحة الضرائب ، وكثرة الفتن الداخلية ، والإجحاف بالشعب المصرى ، وإهمال كثير من حقوقه . ذلك أن المماليك كانوا لا يكترثون بمشاعر هذا الشعب ، وكانوا يثقلون عليه بضروب من الظلم والقسوة والإرهاق بسبب ما ألفوه من التنازع على السلطان ، تنازعا غلب عليه الطمع والهوى لا الإيمان والعقيدة ، فكانوا يحكمون بما توحى به مصلحتهم الذاتية . إلا أنه على الرغم من ذلك فإن مصر فى عهدهم كانت مركزا للإعلام الإسلامى ، ومبعثا للحركة الثقافية ، حيث إن معظم البقاع الإسلامية فى الشرق الأدنى فى ذلك الوقت كانت تدين لمصر بالولاء والتبعية ، فقد كانت مصر هى الحصن الحصين للإسلام حينذاك ، وتصدرت الزعامة الدينية والعلمية على جميع البلاد الإسلامية خلال القرون الثلاثة التى حكمتها فيها دولة المماليك .

وقد انعكست هذه المكانة التى تبوأتها مصر على العمل الإعلامى فى هذا العصر ، الذى تميز بالحفاظ على استقلال مصر الإسلامية ، ودفع التتار والصليبيين عنها ، وتشجيع حركة إحياء الآداب والعلوم ، ورصد الأوقاف الكثيرة للبر بالفقراء والمحتاجين ، وعلى مختلف وجوه الخير فى مصر .

وقد حدثت تحولات إعلامية بارزة فى مصر الإسلامية ، ولاسيما فى عصر ركن الدين بيبرس ٦٥٨ – ٦٧٦ هـ ، ذلك أن هذا الرجل قد نحا بالإعلام الدينى منحى آخر غير الذى كان يتبعه آل أيوب ، ومن أهم هذه التحولات [١] :

١ – إعادة خطبة الجمعة ، والدراسة الدينية إلى الجامع الأزهر ، وجامع الحاكم ، بعد أن تم هجرها ردحا طويلا من الزمن على يد الأيوبيين .

---

(١) محمود رزق سليم . عصر سلاطين المماليك ونتاجه العلمى والأدبى . ص ٣٤ .

٢ – تنصيب أربعة قضاة شرعيين ، لكل مذهب من المذاهب السنية الأربعة قاض يختص بشئونه ، بعد أن كان القضاء قاصرا على قاض واحد ، يقضى طبقا لمذهب الإمام الشافعى .

٣ – نقل الخلافة العباسية إلى القاهرة بعد استيلاء التتار على بغداد ، وهدم الخلافة العباسية ، مما أهل مصر لزعامة العالم الإسلامى وجعل القاهرة مركزا للعلوم والثقافة الإسلامية .

٤ – صدور الأوامر بأن يطاف بالمحمل حين خروجه من مصر إلى الأراضى المقدسة .

وقد تطور الإعلام الإسلامى فى العصر المملوكى فى عدد من الأشكال والوسائل تتمثل فيما يلى :

أولا : الجهاد فى العصر المملوكى : –

لقد كان للمماليك دور بارز فى الذود عن الإسلام ، ورد خصومه ودحرهم . ولم يخض سلاطين المماليك هذه الحروب إلا أنهم مسلمون معنيون بشئون دينهم ، مطالبون بدفع الأذى عن هذا الدين ، ورد المعتدين عليه وعلى أراضيه . بل لقد كانوا سببا فى إنقاذ الشرق الإسلامى من الصليبيين والتتار الذين أذاقوه الذل والهوان ، وارتكبوا ضده الفظائع ، وأراقوا دماء أهله غير مبالين بنساء أو أطفال أو شيوخ .

وقد كان الهجوم التترى على المسلمين ومقدساتهم لا يقل خطرا عن الهجوم الصليبى الذى تعرضت له ديار الإسلام فى العصر الوسيط . وضرب المماليك أروع الأمثلة فى رد أعداء الإسلام .

وهل هناك وسيلة تعدل الجهاد فى الحفاظ على الإسلام والمسلمين ، ونشر دين الله والدفاع عنه ؟

إن الجهاد لا يقل أهمية عن أية وسيلة من وسائل الإعلام الأخرى ، بل إنه يفوق جميع هذه الوسائل لأنه سلاح بتار ، ولاسيما إذا تعرضت الدعوة الإسلامية والثقافة والتراث الإسلامى لخطر خارجى .

وقد تمثل الخطر التترى فى الغارات التى شنها المغول بقيادة جنكيزخان وخليفته هولاكو ، بعد أن زحفوا على الشرق الإسلامى ، وقضوا على الخلافة العباسية فى بغداد وأبادوها . وقتلوا خليفتها ، وشتتوا شمل أهلها ، كما أذلوا أهل دمشق .

وقد كان هؤلاء التتار أعداء المسلمين وخصوما لهم . فهم أمم وثنية جاهلة من الجنس المغولى الأصفر ، تقع مساكنهم الأولى فى الأطراف الشمالية لبلاد الصين ، وكانوا يعيشون عيشة البدواة . وقد زحف المغول على أواسط آسيا وغربها سنة ٦٠٦ هـ فأهلكوا كثيرا من البلاد ، ثم تتابعت هجماتهم على العراق والشام ، حتى كان ما كان بينهم وبين سلاطين المماليك فى مصر [١] .

وتشهد موقعة عين جالوت المعروفة فى التاريخ الإسلامى عام ١٢٦٠ م إنتصار جيوش مصر الإسلامية بقيادة قطز وفوزهم الحاسم عليهم وتطهير البلاد من شرهم .

وقد حاول المغول بعد ذلك شن عدد من الهجمات الأخرى ، ولكنهم منوا بالهزيمة على يد الظاهر بيبرس خليفة قطز ، الذى تصدى لهم ، وقتل منهم سبعة آلاف جندى عام ١٢٧٢ م . وكان بيبرس قد أعلن الحرب المقدسة لمدة عشر سنوات فى فلسطين ضد تحالف الفرنج مع المغول ، ولا تزال بطولات بيبرس تذكر فى القصص الشعبية المصرية بين مجالس أهل البلاد .

---

(١) محمود رزق . المصدر السابق . ص ٧ ، ٨ .

ثم قام قلاوون برد هجمة أخرى للمغول عام ١٣٨٠ م وانتصر عليهم فى موقعة حمص . وفى عام ١٣٠٠ م عاد التتار مرة أخرى فى عهد الناصر محمد ، ولكنه تمكن من القضاء عليهم فى معركة صفد [1] .

وهكذا نجح المماليك فى صد أربع هجمات مغولية شرسة ، كما نجحوا فى القضاء على الصليبيين نهائيا ، وكان التتار يمنون أنفسهم بدخول مصر أسوة بسواها فردتهم شجاعة المماليك ، وتماسكهم ازاء هذا العدو الشرس ، وسلم الإسلام والمسلمون فى مصر والشرق العربى من أذاهم .

وإذا تصورنا حال الإسلام والدعوة الإسلامية ، لو تراخى المماليك فى مقاومة هذا الغزو ، أو لم يتمكنوا من دحر هؤلاء الغزاة . لوجدنا أن الإسلام سيبدو بمظهر العاجز عن حماية نفسه ، وأن الدعوة الإسلامية سوف تتقلص لأنه لن يبقى لها ما تستند إليه أو تقول بعد ذلك .. وقد حقق المماليك قول الرسول الكريم « المؤمن القوى خير وأحب إلى الله من المؤمن الضعيف ، وفى كل خير » . وحفظوا بذلك للإسلام قوته ومكنوا للدعوة الإسلامية من أن تؤدى دورها .

ثانياً : المساجد والدعوة الإسلامية فى العصر المملوكى : –

نهض المماليك ببناء المساجد نهضة واسعة ، يشهد عليها تلك المساجد التى مازالت تضمها القاهرة حتى الآن بما تحويه من فنون إسلامية رائعة .

ومن تلك المساجد الكثيرة التى بنيت فى عهد المماليك البحرية والجراكسية على سبيل المثال مسجد الظاهر بيبرس البندقدارى ، الذى أخذ على عاتقه تجديد الجامع الأزهر وغيره من مساجد سلاطين المماليك والأمراء فى عصر السلاطين البحرية ، وكذلك مساجد بعض سلاطين وأمراء الجراكسة .

---

(١) عبد الرحمن زكى . المصدر السابق . ص ١٠٤ ، ١٠٥ .

وقد شهدت الاسكندرية – كما شهدت القاهرة – أيضاً حركة بناء المساجد [١] .

ثالثاً : المدارس المملوكية : –

حذا المماليك الأيوبيين فى إنشاء المدارس ، ووجهوا عنايتهم إليها وأخذوا على عاتقهم تعميمها فى جميع أنحاء مصر ، ونتيجة لذلك انتشرت هذه المدارس فى القاهرة انتشارا واسعا فى العصر المملوكى ، ولم يقتصر إنشاء المدارس على القاهرة وحدها ، بل انتشرت فى القرى أيضاً وذلك مثل المدرسة المعمورة بقرية فيشة [٢] .

ونتيجة لظهور المدارس فى القاهرة وغيرها من المدن الكبرى فى الدولة المملوكية ، وجدت أسواق ومتاجر للكتب كانت تفيض بالحياة الثقافية والحركة المعمارية ، وكان يفد إليها العلماء والطلاب من كل فج للاطلاع والشراء . وكانت تجارة الكتب مزدهرة فى هذه الأسواق ، ذلك أن المدارس المملوكية قد أتاحت الفرصة لقيام تجارة نشطة فى الكتب لم تكن لتقوم فى العصر الوسيط بدون تلك المدارس أو الكليات الجامعية . وبانتشار المدارس ظهرت النهضة العلمية والأدبية والفقهية الكبرى فى عصر المماليك ، فقد كان للمماليك شغف كبير بتأسيس المدارس ، ووقفوا عليها الكتب الكثيرة فى مختلف ألوان المعرفة ، والمصاحف ، والربعات الشريفة . وكان يدرس فى هذه المدارس المذاهب الأربعة .

ومن هذه المدارس ، المدرسة الظاهرية الجديدة ، والمدرسة المنصورية والمدرسة الناصرية ، والمدرسة الطبرسية ، والمدرسة الجاولية ، والمدرسة الافبغاوية ، والمدرسة الضرغتمشية ، ومدرسة مسجد السلطان حسن من عصر المماليك البحرية ، ومدارس برسباى ، وقايتباى والغورى وغيرها من عصر المماليك الجراكسة .

---

(١) عبد العزيز سالم . تاريخ الاسكندرية وحضارتها فى العصر الإسلامى . ص ٤٧٢ .

(٢) عبد اللطيف إبراهيم . دراسات فى الكتب والمكتبات الإسلامية . ص ١١ .

رابعاً : المكتبة الإسلامية :

لم يقل إهتام المماليك بالمكتبة عن اهتام الأيوبيين بها لكى تسهم بدور فعال فى حقل الثقافة والمعرفة فى ذلك العصر ، وحتى تحتل مكانها البارز فى تنشيط الإعلام الإسلامى ، ولكن المماليك أولوها من الاهتام ومنحوها من الرعاية ما هو جدير بتسجيله وكشف النقاب عنه فى هذه الدراسة الموجزة ، ذلك أن دور المكتبة فى مجال الإعلام الإسلامى لم يعد محل شك .

وقد استتبع انتشار المدارس فى القاهرة فى هذا العصر انتشار المكتبات أو خزانات الكتب كما كانت تسمى آنذاك ، وذلك لخدمة أغراض هذه المدارس . ذلك أن المكتبات كانت تمثل جزءا ضروريا وحيويا فى تكوينها ، إلا أن وجود المكتبات لم يكن قاصرا على المدارس وحدها ، ولكنها وجدت أيضاً فى المساجد والجوامع ، والربط والخوانق والزوايا ، وكانت هذه المكتبات عامرة بالكتب الخاصة والتى كانت متوافرة فى ذلك العصر ، وقد اهتم كثير من سلاطين وأمراء المماليك ورجال ذلك العصر بالمكتبات ووقفوا عليها الكتب الكثيرة .

وإلى جانب مكتبات السلاطين والمكتبات الأميرية التى وجدت لدى الكثيرين من أمراء المماليك فى قصورهم ، فقد أسهمت بعض شهيرات النساء فى العصر المملوكى ، وكذلك الطواشية فى إنشاء المكتبات ، كما ساهموا فى تأسيس المدارس ، وكذلك فقد كان هناك المكتبات التى كان يحوزها أغلب علماء وأدباء وفقهاء ذلك العصر .

وهذا يؤكد أنه على الرغم من أن سلاطين المماليك وأمراءهم كانوا رجال حرب وقتال ، إلا أنهم اهتموا بالعلم اهتماما بالغا وحافظوا على تراث الإسلام ، ومن هذه المكتبات مكتبة القلعة أو الخزانة السلطانية ، وهى عبارة عن مكتبة كبيرة فى قصر السلطان المملوكى بقلعة الجبل . ومكتبات المدارس التى وجدت فى معظم مدارس القاهرة فى ذلك العصر . كما انتشرت كذلك الخزانات العامرة بالكتب

الفقهية والعلمية والأدبية ، والمصاحف ، والربعات الشريفة فى عصر المماليك [١] ، ولسنا فى موضع ذكر أسماء هذه المكتبات ذلك أن الكتب التى تناولت هذا الموضوع بالدراسة المستفيضة متوافرة ، وقد كانت هذه المكتبات محورا للنشاط التعليمى ، وكانت المكتبة مؤسسة اجتماعية وتعليمية لا تتقيد بمنهج مرسوم ، أو برنامج معين . حيث كان يغلب عليها الصبغة الحرة بدلا من الصبغة الرسمية لأن خير تعليم هو الذى يستطيع الفرد أن يحصل عليه بنفسه ، أو التعليم الذاتى ، وذلك فى جو تسوده الحرية والرغبة والميل ، وللحقيقة أنه قل أن تؤسس مدرسة فى العصر المملوكى دون أن يحوى تصميمها المعمارى خزانة كتب تزود بالكتب المختلفة فى علوم الدين والدنيا ، مما دفع حركة النشاط العلمى والثقافى فى عصر المماليك دفعة قوية إلى الامام . وكانت القاهرة وقتذاك مركزا للنشاط الثقافى ، ومصدرا للمعرفة فى العالم الإسلامى كله ، وذلك بسبب الأخطار التى أحاطت بكثير من البلاد الإسلامية فى ذلك العصر كما ذكرنا آنفا ، مما دفع كثيرا من علماء هذه البلاد إلى الهجرة إلى مصر ، حيث وجدوا فيها البيئة الصالحة لممارسة نشاطهم الدينى والعلمى .

وكانت الخدمات المكتبية عظيمة ، وكان نشاط المكتبات المملوكية واسعا ، ذلك أن الحصول على المعرفة والثقافة فى العصر المملوكى كان يعتمد أساسا على المدارس ، والكتب المخطوطة العلمية والثقافية ، وبعض كتب التسلية حيث لا توجد وسائل أخرى للثقافة والإعلام كالتى نعرفها اليوم كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما وغيرها .

ويعتبر العصر المملوكى عصر النهضة المكتبية فى التاريخ العربى . وكان كذلك عصر التأليف العلمى الذى أمدنا بموضوعات وذخائر من أحسن ما أنتج العقل الإسلامى على طول التاريخ وعرضه ، مما لا يبقى معه أى حجة فى جعبة من يشك فى الحياة الثقافية والمكتبية فى ذلك العصر [٢] .

---

(١) المرجع السابق . ص ١٢ – ١٤ .

(٢) المرجع السابق . ص ٤٧ – ٥٢ .

وقد كانت الكتب الدينية أهم ما عنى بتقريره من دروس ، لكثرة الحاجة إليها وملاءمتها لعقلية العصر الوسيط ، إلى جانب الحوادث التى سبقت ، وواكبت عصر المماليك كالحروب الصليبية ، ونكبة الخلافة العباسية وغير ذلك مما أصاب البلاد الإسلامية ، دفع الناس إلى التمسك بعلوم الإسلام المختلفة ، وكانت المكتبات عربية سنية تحتوى على كتب فى الشريعة الإسلامية ، وعلم التفسير والحديث ، والقراءات ، والتوحيد ، والفرائض ، والتصوف ، وكذلك كتب اللغة والبلاغة والأدب والشعر وغيرها ، وذلك طبقا لأوضاع هذا العصر ، فهى ليست شيعية مثل دار العلم فى القاهرة ، أو عليها مسحة فارسية مثل بيت الحكمة فى بغداد العباسية ، وقد كانت وظيفة أمين المكتبة المملوكية من الوظائف الهامة ، فهو من رجال العلم ، كفء نشيط ، على قدر كبير من الخلق ، يقظ عاقل مأمون ، فقيه ذكى واسع الاطلاع ، قارئ ممتاز ، خبير بالخدمات المكتبية . وهذا يدل على مدى ما أولته دولة المماليك من اهتمام برسالة أمين المكتبة .

وهكذا بلغت المكتبات المملوكية درجة كبيرة من حسن التنظيم الفنى والإدارى ، تتميز به عن كثير من مكتبات الجامعات والأديرة فى أوربا فى العصور الوسطى ، وهكذا كان لدى المسلمين فى العصر المملوكى نهضة مكتبية إسلامية أصيلة [١] .

خامساً : الأعياد والمواكب : –

ظلت الأعياد فى دولة المماليك تقام بنفس مظاهر الأبهة التى كانت تقام بها فى دولة الفاطميين ، ما عدا عيد الشهيد الذى تم الغاؤه بمصر ، كما تعددت المواكب فى هذا العصر حتى شملت موكب السلطنة ، وصلاة الجمعة ، والعيدين ، ولعب الكرة ، والخروج إلى سرياقوس ، والسرجات ، والخروج فى فصل الربيع والاحتفال بقطع الخليج [٢] .

---

(١) المرجع السابق . ص ٨٥ .

(٢) عبد الوهاب حمودة . صفحات من تاريخ مصر فى عصر السيوطى . ص ١٤٦ .

وكانت هذه الأعياد والمواكب فرصة لتجمع الناس ولقاءاتهم ، تذكرهم بأعيادهم الدينية وأحاديثهم القومية ، يتبادلون فيها الأخبار ، ويتناقشون فى القضايا العامة التى تهمهم وما أشبهها بسوق عكاظ ، وسوق المربد .

سادساً : التصوف فى العصر المملوكى : –

ازدهر التصوف فى العصر المملوكى ازدهارا كبيرا ، وكثر عدد المتصوفين ، وقد شيد المماليك الخوانق لإقامة أهل التصوف بها ليلا ونهارا ليتفرغوا لعبادة الله ، وتم فيها تدريس العلم الشائع وقتذاك . ذلك أن الروح التى باتت سارية فى هذا العصر هى روح إسلامية غذاها سلاطين المماليك ، ورفع العلماء لواءها ، وانقاد لها العامة . وأدى ذلك إلى إنشاء الزوايا والربط والخوانق لايواء أهل الطريق الذين يزعمون التصوف ، ويدعون القربى لله . وقد تكاثر عددهم ، وعجت القاهرة بصنوفهم ، وامتلأت بهم المؤسسات المنشأة لهم ، خاصة وكانت تنشأ لهم الخوانق لإلقاء دروسهم فى الوعظ وإرشاد الناس [١] .

سابعاً : أعلام العصر : –

ازدان عصر المماليك بنخبة ممتازة من الفحول فى مختلف العلوم الدينية ، وعلى رأس هؤلاء شيخ الحنابلة ابن تيمية ، الذى رفع صوته ضد تقديس الأولياء ، وتقديم النذور لهم ، وهو المذهب الذى اعتنقه الوهابيون فيما بعد ، ومنهم أبو الفدا المؤرخ المعروف صاحب كتاب « السير والملوك » ، ومنهم كذلك المقريزى المصرى صاحب كتاب « الخطط والسلوك » ، وابن خلكان وهو من أبرز مؤلفى السير والإعلام فى الإسلام على الإطلاق ، والكتبى الحبلى سنة ١٣٦٣ م ، والصفدى ، وابن إياس صاحب « بدائع الزهور » والقلقشندى سنة ١٤١٨ م صاحب موسوعة « صبح الأعشى » . كما عاش فى بلاط المماليك المؤرخ الكبير ابن خلدون [٢] .

---

(١) محمود رزق سليم . المرجع السابق . ص ١٤٦ .

(٢) أحمد شلبى . المرجع السابق . ص ٢٢٦ .

وقد لعب هؤلاء دورا بارزا فى نشر الثقافة الإسلامية فى مصر ، وفى تثقيف الشعب المصرى والشعوب الإسلامية بوجه عام . وقد كان هؤلاء بمثابة رجال إعلام دينى عملوا على نشر آرائهم ، وايصال معلوماتهم إلى الناس ، وقام بعضهم بشرح وتفسير أصول المذاهب الأربعة ومقاومة العادات والتقاليد الدخيلة على الإسلام .

ويصف فاتيكيوتس [١] العهد المملوكى بأنه كان عهد ازدهار ونمو للإسلام فى المجتمع المصرى ، وأصبحت فيه مصر ذات وضع متميز فى الثقافة الإسلامية ، وأكبر مركز للقوة والحضارة الإسلامية ، ولاسيما بعد أن دمر المغول بغداد على يد هولاكو سنة ١٢٥٠ م مما جعل مصر هى الحصن الحصين للعالم الإسلامى فى ذلك الوقت .

(١) Vatikiotis. P. op- cit; P. 16 .

الإعلام الإسلامى فى العصر العثمانى

يتفق المؤرخون على أن مصر لم تمر بفترة مظلمة وكئيبة فى حياتها كتلك الفترة التى خضعت فيها للسيطرة العثمانية . وإذا كان العهد المملوكى قد حمل فى طياته بعض السلبيات ، فإنه كان يحمل من الايجابيات أيضاً ما يمكن أن يغفر له الكثير من خطاياه ، ولاسيما فى المجال الثقافى والفكرى والحضارى ، كما شهد هذا العهد الانتصار الرائع على الغزو المغولى والصليبى وجعل نجم مصر يتلألأ بين الأقطار الإسلامية ، فكانت مصدر الإشعاع ، ومنار الفكر الدينى فى ذلك العصر .

أما هؤلاء العثمانيون فمنذ أن تمت لهم السيطرة على مصر على يد السلطان سليم الأول عام ١٥١٧ م ، وحتى عام ١٨٠٥ م حين استأثر بها محمد على وأنشأ الدولة المصرية الحديثة ، فقد قضوا على استقلال البلاد وعبثوا بحرياتها ، وساد الظلام والتأخر والانحطاط مختلف مظاهر الحياة المصرية فى هذه الحقبة الكئيبة من التاريخ المصرى ، وذلك بعد النهضة الثقافية والحضارية التى شهدتها مصر فى العصر المملوكى .

هؤلاء العثمانيون لم يكن لهم من هم إلا نهب أموال البلاد وسلب ثرواتها ، وملء جعابهم بكتبها وذهبها ، وساقوا إلى القسطنطينية خيرة مفكريها وخبرائها والفنيين بها ، ثم تركوها هكذا يجرى على أديمها الخراب ، ونقلوا مراكز العلم والثقافة من القاهرة إلى القسطنطينية (١) .

وكان لابد من أن تترك هذه الأفعال ، وتلك التصرفات آثارها العنيفة والسيئة على الحياة الفكرية المصرية فخمدت القرائح ، واضمحلت الآداب . ذلك أن السلطان سليم الأول العثمانى حين تم له فتح مصر ، وجعلها ولاية خاضعة

---

(١) محمود رزق سليم . المرجع السابق . ص ٧٥ .

للسلطنة العثمانية ، وذهبت دولة المماليك الجراكسة من عالم الوجود السياسى ، رأى أن نصره لن يتم إلا إذا أستولى على تقاليد الإمامة الدينية ، فانتزعها من يد الخليفة المتوكل على الله الثالث ، آخر من تبقى من سلالة الخلفاء العباسيين الذين فروا من بغداد بعد سقوط دولتهم . كما قام السلطان سليم بتحويل المذهب الفقهى الرسمى لمصر إلى المذهب الحنفى .

وكان فى عداد حاشية السلطان سليم الأول نخبة من أرباب العلم ، الذين أدهشهم ما رأوا فى مصر من الآثار الثمينة فى المكتبات المصرية التى ظلت عامرة حتى سقوط دولة المماليك . وحين أخبره هؤلاء بذلك أمر بجمع خيارها ، وانتقاء نفائسها لِنقلها إلى عاصمة سلطنته ، ولم يزل جانب من هذه الأسفار محفوظا فى ٤٢ مكتبة من مكتبات القسطنطينية [١] .

ولقد انعكس ذلك على العمل الإعلامى الإسلامى الذى تأثر بهذه الأحداث ، ومعلوم أن الإعلام لا يكون إلا إنعكاسا للأوضاع السائدة فى الأمة . ويمكننا أن نجمل هذه الأوضاع فيما يلى [٢] :

١ – انحدار شأن بعض المساجد ، وهى مراكز الإعلام الإسلامى ، ومصادر الإشعاع لهذا الفكر ، فقد تخربت مئذنة جامع ابن طولون ، وانهارت قبة الإيوان الكبير لجامع الناصر محمد بن قلاوون ، وسقطت مئذنة جامع السلطان حسن ، وأتلف جامع الحاكم ، وتم هذا بسبب الاهمال أو العوامل الجوية ، وعدم الاهتمام بهذه المساجد . هذا بالإضافة إلى الخرائب التى أحدثتها الحروب والفتن ، وعوامل التلف التى جلبتها روح الانتقام ، ويكفى أن نذكر أن السلطان سليم قد نهب كثيرا من نفائس مدينة القاهرة ، واستولى على كل الشمعدانات الفضية التى كانت فى جامع السيدة زينب . فهل بعد هذا يمكن أن تنشط حركة الإعلام الإسلامى فى هذه المساجد أو غيرها ؟

---

(١) فيليب دى طرازى . المصدر السابق . ص ١٨٨ .

(٢) عبد الرحمن زكى . المصدر السابق . ص ٢٢٦ ، ٢٢٧ ، ٢٣٤ .

٢ – ضعف شأن بعض المدارس التى كانت زاهية فى عصور السلاطين الأيوبيين والمماليك البحرية ، والجراكسة . وكانت هذه المدارس تلعب دورا بارزا فى نشر الوعى الدينى ، وبث الثقافة الدينية ، فانطفأت هذه الشموع وآلت بعض المدارس الفخمة والمبانى العظيمة إلى زوايا صغيرة فى أغلب الأحيان ، كما أن بعضها زال وصارت زرائب أو أحداثا يسكنها البائسون .

٣ – تبددت خزانات الكتب التى أنشأها الفاطميون والمماليك ، ولم يبق منها إلا بعض المكتبات الملحقة بالمساجد كمكتبة الأزهر . وتضاءلت بالتالى أو انعدمت مساهمة المكتبة فى الإعلام الإسلامى .

٤ – هبوط مكانة الشعر والأدب ، ولا نستطيع أن نفصل بين ازدهار الإعلام وتقدم الأدب ، ذلك أننا ندرك دور الشعر فى العمل الإعلامى . وكيف أدى دوراً مميزا على مدى التاريخ الإسلامى منذ البعثة النبوية .

ولا أجد ما استطيع به وصف الحياة الثقافية والفكرية الدينية فى مصر فى ذلك الوقت ، والتى انعكست بالتالى على الإعلام الإسلامى ، أبلغ مما قاله الشاعر فى وصف مصر فى العهد العثمانى :

نبكى على مصر وسكانها ... قد خربت أركانها العامرة
وأصبحت بالذل مقهورة ... من بعد ما كانت هى القاهرة

إلا أن هناك نقطة جديرة بالذكر ، حتى لا نغمط الإعلام الإسلامى فى العصر العثمانى حقه ، وحتى ننصف من أسهم بدور ولو محدودا فى هذا العمل ، فإنه على الرغم من هذه الاعتبارات التى ذكرناها فقد قدم البعض مساهمات على الصعيد الشعبى – وليس الرسمى – فى دفع عجلة الإعلام الإسلامى . ذلك أنه كان يوجد فى مصر فى هذه الفترة نخبة من رجال الدين الإسلامى ، وقد كانوا يقفون فى وجه هؤلاء الطغاة . وكان هؤلاء الحكام لا يخشون شيئا قدر خشيتهم

لهذا السلطان الروحى ، فقد كان هؤلاء العلماء يمثلون رمزا للشريعة والقانون السماوى الذى يحكم هؤلاء الحكام البلاد الإسلامية بمقتضاه [١] .

ومن هنا فقد عقد لهؤلاء العلماء فى العصر العثمانى نوع من الزعامة الاختيارية ، ارتضاه الحكام والمحكومون جميعا ، وكان الشعب يلجأ إليهم كلما ضاق ذرعا بحكامه ، فهم ليسوا غرباء عنه شأن هؤلاء الحكام ، ولكنهم نشئوا فى قلب الريف المصرى ، فكانوا يحسون بإحساس الجماهير ويعيشون آمالها وآلامها .

وكان هؤلاء العلماء يسعون إلى الحكام ، ويقدمون لهم النصيحة ، بل ويعنفونهم . وكان الحكام يستمعون إلى نصح هؤلاء العلماء وارشادهم ، فقد كانوا حلقة الاتصال بين الحاكم والمحكوم ، ينقلون إلى الحاكم نبض الشعب واتجاهاته وآرائه ، أى أنهم كانوا يقومون بالدور الذى تقوم به أجهزة الرأى العام حاليا .

ذلك أنه قد ظهر فى العصر العثمانى بعض علماء الدين ، والأدب . واللغة والتاريخ على الرغم من هذا الجمود الذى لازم مصر خلال هذه الحقبة . ومن أبرز هؤلاء العلماء شهاب الدين المصرى (١٧٥٦ م) ، والسيد مرتضى الزبيدى (١٧٩١ م) صاحب قاموس « تاج العروس » ، وشمس الدين الشامى صاحب التراجم والسير ، وابن اياس المؤرخ صاحب « بدائع الزهور فى وقائع الدهور » ، وابن زنبل الرمال مؤرخ عصر الأتراك الأول فى مصر .

كما استضافت مصر فى ذلك العصر جماعة من أئمة العلم والفلسفة فى الشرق ، كالإمام ابن تيمية وفيلسوف المؤرخين ابن خلدون الذى أقام بمصر زهاء عشرين عاما [٢] .

كما أن بعض الولاة ومشايخ البلد ، وأعيان المماليك كانوا قد شيدوا بعض

---

(١) مكى شبيكة . تاريخ شعوب وادى النيل فى القرن التاسع عشر الميلادى – من كتاب جمال الشيال . الحركات الاصلاحية ومراكز الثقافة فى الشرق الإسلامى الحديث . ص ٢٣ .

(٢) عبد الرحمن زكى . مصر الظافرة ، صفحة من تاريخ وادى النيل القومى ص ٥٠ ، ٥٣ ، ٥٤ .

المساجد والمدارس ، كما كان قد تم تجديد بعض المساجد ، كمسجد عمرو بن العاص ، ومسجد الحسين [١] .

الإعلام الإسلامى فى عهد الحملة الفرنسية

اكتشف نابليون – بدهائه السياسى – أنه لن يستطيع دخول مصر والسيطرة على عواطف المصريين ، إلا من خلال الثغرة التى يستطيع منها أن ينفذ إلى قلوبهم ويتحكم فى عواطفهم . قد أدرك نابليون منذ فكر فى احتلال مصر ، أن الإعلام الإسلامى هو المدخل المأمون أو المضمون الذى يتمكن عن طريقه من النفاذ إلى مصر وشعبها .

واعتقد نابليون أنه مادام الحافز الوحيد للمصريين هو الشعور الدينى ، فلابد إذن من توجيه هذا الشعور واستغلاله ، وقد وردت هذه العبارة فى خطاب كتبه لرئيس حكومة جنوة المؤقتة فى عام ١٧٩٧ م ذكر فيه « لا تنس أنك كلما جعلت الدين ، أو حتى الخرافة ، يصطرع مع الحرية ، فإن النصر سيعقد دائما للدين على الحرية فى عقل الشعب » [٢] وتعنى هذه العبارة أن على المشرع أن يتمشى مع روح الدين ، لا أن يقاومه . وقد حاول فى مصر أن يستعمل هذا الدواء الذى هو من جنس الداء ، فكتب لكليبر يقول « علينا أن نهدهد التعصب حتى ينام قبل أن نستطيع اقتلاعه » .

وكان يحكى عن سياسته الدينية فى مصر نموذجا مشهورا . كتب فى سانت هيلانة يقول : « إن الأفكار الدينية كانت على الدوام مسيطرة على الشعب المصرى فى شتى العصور ... فلما ظهر الاسكندر الأكبر على حدود بلادهم ، جاءوا ليحيوا هذا الرجل العظيم بوصفه محررهم . ولما عبر الصحراء فى زحف لم يستغرق غير

---

(١) عبد الرحمن زكى . القاهرة تاريخها وآثارها (٩٦٩ – ١٨٢٥) – من جوهر القائد إلى الجبرتى – ص ٢٣٢ .

(٢) هيرولدج . كرستوفر . بونابرت فى مصر . ترجمة فؤاد اندراوس ، مراجعة محمد أنيس . ص ٢٥١ .

أسبوعين من الأسكندرية إلى معبد آمون ، ولما جعل الكهنة تستقبله بوصفه ابن جوبيتر ، كان يفعل هذا وهو على وعى تام بعقلية هؤلاء الناس ، وقد حقق بعمله هذا – من حيث تثبيت دعائم فتحه للبلاد – أكثر مما كان يحققه لو بنى عشرين حصنا وعزز جيشه بمائة ألف من المقاتلين .

ومن هذا المنطلق وضع نابليون خطة إعلامية منظمة سبقت ، وواكبت الحملة الفرنسية . ويمكن أن نجمل الإعلام الإسلامى أثناء الحملة الفرنسية فى النقاط الآتية :

أولا : الإعلام الإسلامى لتهيئة الأذهان للحملة الفرنسية : –

انطلاقا من نظرية نابليون التى قاده إليها فكره وإعجابه بأسلوب الاسكندر الأكبر فى ضرورة عدم مقاومة الدين ، أو إعداد لقاح ضد الدين كما كان يصفه . كان عليه أن يعمل على تهيئة أذهان المصريين لقبول الاحتلال الفرنسى ، حتى لا يقفوا من حملته على مصر موقف العداوة ، ولكى يرحبوا بها باعتبارها جاءت لإنقاذ دينهم من ظلم المماليك ، وقد أعد نابليون وهو فى طريقه إلى مصر منشورا تمت صياغته باللغة العربية بواسطة المستشرقين الذين رافقوا الحملة وطبع منه عدة نسخ لتوزيعه على المصريين ، وكان ذلك يوم ٢٧ يونيه عام ١٧٩٨ م .

وقد ذكر بونابرت فى هذا المنشور أهداف ومقاصد الحملة الفرنسية على مصر ، وقد حفظ لنا الجبرتى نص المنشور الذى جاء فيه [(١)] :

« بسم الله الرحمن الرحيم .. لا إله إلا الله ، لا ولد له ولا شريك له فى ملكه » ، ... ثم جاء البيان :

« أيها المصريون ، قد قيل لكم إننى ما نزلت بهذا الطرف إلا بقصد إزالة دينكم ، فذلك كذب صريح ، فلا تصدقوه ، وقولوا للمفترين إننى ما قدمت إليكم إلا

(١) مكى شبيكة . المرجع السابق . ص ١٤ .

لأخلصكم من الظالمين ، وإنى أكثر من المماليك أعبد الله سبحانه وتعالى .. وأحترم نبيه ، والقرآن العظيم . وقولوا أيضاً لهم بأن جميع الناس متساوون عند الله ، وأن الشئ الذى يفرقهم عن بعضهم العقل والعلوم والفضائل فقط ، وبين المماليك والعقل والفضائل تضارب ، فماذا يميزهم عن غيرهم حتى يستوجبوا أن يتملكوا مصر وحدهم ، ويختصوا بكل شئ حسن فيها من الجوارى الحسان والخيل العتاق ، والمساكن المفرحة ، فإن كانت الأرض المصرية التزاما للمماليك ، فليرونا الحجة التى كتبها الله لهم ، ولكن رب العالمين رءوف وعادل وحليم . ولكن بعونه تعالى من الآن فصاعدا ، لا ييأس أحد من أهالى مصر من الد خول فى المناصب السامية » .

ثم استطرد البيان قائلا :

« أيها المشايخ ، والقضاة ، والأئمة ، والجربجية . وأعيان البلد .. قولوا لأمتكم إن الفرنساوية هم أيضاً مسلمون ، مخلصون . وإثبات ذلك أنهم قد نزلوا فى رومية الكبرى ، وخربوا فيها كرسى البابا الذى كان دائما يحث النصارى على محاربة الإسلام ، ثم قصدوا جزيرة مالطة ، وطردوا منها الكوالرية ، الذين كانوا يزعمون أن الله تعالى يطلب منهم مقاتلة المسلمين ... إلخ » .

ويشير هذا البيان إشارة واضحة إلى الاهتمام الكبير الذى أولاه نابليون بالإعلام الإسلامى ؛ كوسيلة فعالة للتأثير الدينى على المصريين ، وتهيئة أذهانهم ونفوسهم لاستقبال الحملة الفرنسية ، دون ما عداوة مسبقة لها .

وعرف نابليون أن التأثير الدينى هو الذى يغلب على أى تأثير آخر لدى هؤلاء المصريين . وعرف أيضاً بذكائه ودهائه أن المماليك العثمانيين سوف يلهبون الشعور الدينى لدى المصريين ضد الغزاة المسيحيين ، ويصورون لهم أن هذه حملة صليبية جديدة ، عرف نابليون هذا وذاك ، واستعد له بحملته الإعلامية التى سبقت حملته العسكرية لتهيئة المناخ المناسب لها ، وتدعيمها ، فالرسالة الإعلامية هنا رسالة دينية إسلامية ، تحمل معانى الإيمان بالله والتعاطف مع المسلمين ، والعمل على إنقاذهم ، وحمايتهم . وقد بدأها بونابرت بـ « البسملة » .

وظل يقدم الحجج والبراهين المدعومة بالحقائق الدينية لتأييد وجهة نظره .

ولم يكتف نابليون بتوجيه رسالته الإعلامية إلى قادة وأئمة وأعيان المصريين ، ولكنه وجه رسالة أخرى إلى جنوده وهو فى بارجته ، قبل نزولهم إلى الشواطئ المصرية ، وحتى لا تؤدى تصرفاتهم ، ومسلكهم فى الأراضى المصرية إلى حدوث رد فعل عكسى لدى المصريين ، وكان يهدف من وراء ذلك إلى تأييد ما نادى به ، وادعاه فى منشوره السابق من نوايا طيبة ، وحتى لا يفسد عليه أحد خطته . وقد جاء فى هذا الخطاب ما يلى (١)

« إن الشعب المصرى الذى سنتصل به يدين بالإسلام ، وأول أركانه شهادة أن لا إله إلا الله ، وأن محمدا رسول الله ، فلا تعارضوهم فى دينهم ، وعاملوهم كما عاملتم اليهود وكما عاملتم الإيطاليين . واحترموا مشايخهم ومثقفيهم وأئمتهم ، كما احترمتم الربانيين والأحبار والقساوسة ، وليكن شعاركم فى معاملة المساجد والشعائر الدينية التى يأمر بها القرآن ذلك التسامح الذى كان رائدكم حيال الكنائس ، والصوامع والبيع ، والتعاليم الموسوية والمسيحية .

ثانياً : نابليون والأعياد والمواسم الدينية : —

كان نابليون يشترك فى الاحتفال بالأعياد ، والمواسم ، والمناسبات الدينية ، وكان يصحبه فى هذه المناسبات لفيف من المشايخ ورجال الدين فى مصر ، وكان نابليون حريصا على احترام هذه الشعائر الدينية ، والتقاليد الإسلامية .

ويذكر لنا الدكتور عبد الرحمن زكى (٢) أنه انتهز فرصة احتفال المصريين بالمولد النبوى الشريف فى أغسطس سنة ١٧٩٨ م ، وأصدر أوامره بأن يتم الاحتفال بهذا العيد فى القاهرة وسط مظاهر الأبهة والفخامة ، حتى يكسب تعاطف الشعب وثقة زعمائه ، ويتودد إليهم . وأن يكون هذا الاحتفال جامعا بين

---

(١) مكى شبيكة . المرجع السابق . ص ١٥ .
(٢) عبد الرحمن زكى ، المرجع السابق ، ص ٢٥٣ .

الأبهة الأوربية والعظمة الشرقية ، فأمر بتوزيع الأموال والطعام على الأسر الفقيرة ، وسير فى الاحتفال رجال وطوائف الأذكار ، وأرباب الطرق الصوفية ، وجوقات الموسيقى ، وكوكبات الجند . وأمر بأن تقام الزينات وتطلق الألعاب النارية والصواريخ وتعد الموائد الفخمة .

ولم يكن خلفاء نابليون أقل منه اهتماما بالمشاعر الدينية للشعب المصرى ، بل كانوا حريصيين على هذه المشاعر ، ويكفى أن نذكر أن خليفته مينو الذى جاء بعد كليبر قد ادعى الإسلام . وسمى نفسه « عبد الله » وتزوج من مسلمة مصرية .

ثالثاً : نابليون وقادة الرأى والفكر الدينى : -

عرف نابليون مدى القوة والنفوذ والسلطان الروحى الذين يتمتع بهما رجال الدين ، وأنه لم يستطيع كسب رضا هذا الشعب إلا من خلال هؤلاء الزعماء والقادة الدينيين فى مصر ، ومن هنا جاء حرصه على تقريب رجال الدين ، وفى هذا يقول كرستوفر هيرولد Crestover Herold إن بونابرت قد مضى فى الحكم بمساعدة أعيان المسلمين وشيوخ الأزهر ، فهم الأداة الوحيدة التى كان يستطيع بونابرت الاعتماد عليها .

وقد أكد ذلك فى رسالة بعث بها إلى كليبر أبرز قواده ، والذى تولى الحكم من بعده فى مصر قال فيها :

« أننا إذا كسبنا تأييد كبار شيوخ القاهرة ، كسبنا الرأى العام فى مصر كلها ، فليس بين زعماء الأمة كلهم من هم أقل خطرا علينا من الشيوخ ، فهم جبناء عاجزون عن القتال ، يوحون - كجميع رجال الدين - بالتعصب دون أن يكونوا هم أنفسهم متعصبين [١] .

وتوضح هذه الرسالة إلى أى مدى اكتشف نابليون أهمية قيادة الرأى Opinion Leadership فى المجتمع المصرى ، وعرف من هم هؤلاء القادة ، وقوة

---

(١) هيرولد ج . كريستوفر . المصدر السابق . ص ١٩٧ .

تأثيرهم ، وحاول كسب ودهم ، والاستعانة بهم لتحقيق أغراضه ؛ وارضاء طموحاته .

سادساً : نابليون والعلماء والأزهر : -

كان نابليون حريصا على تقريب رجال الدين والعلماء فى مصر والتودد إليهم ومرافقتهم . وقد أمر بإنشاء المجمع العلمى فى ٢٢ أغسطس سنة ١٧٨٧ م من ستة وثلاثين عضوا . وكان نابليون نفسه عضوا فى هذا المجمع ، وقد بذل هؤلاء الأعضاء جهودا كبيرة فى اعداد كتاب « وصف مصر » الذى يحتوى على عشرة مجلدات من النصوص ، وأربعة عشر مجلدا من اللوحات . وذكر هيرولد كريستوفر [١] أنه لم يقم أحد من قبل ولا من بعد بدراسة تتميز بهذا الاتساع وهذه الدقة ، على أساس عمل ميدانى تم فى مثل هذه الفترة القصيرة (ثلاثة أعوام) وفى مثل هذه الظروف المرهقة .

وكان نابليون حريصا على رعاية الأزهر فكان يروى فى تأريخه للحملة الفرنسية من أقواله عن الأزهر [٢] :

« إن مدرسة الأزهر التى تقابل السوربون عندنا - أشهر مدارس الشرق قاطبة - وكان ستون من العلماء يناقشون فيها ويفسرون القرآن والحديث ، وهى المركز الوحيد الذى يستطيع أن يضرب للناس المثل فيقتدى به الرأى العام فى العالم الإسلامى وفى مذاهب الإسلام الأربعة ، وهذه المذاهب الأربعة يختلف أحدهما عن الآخر فى نظام العبادة فقط . ويرأس كلا منها فى القاهرة مفت .

وكان بونابرت حريصا على لقاء علماء الأزهر والجلوس معهم .

سابعاً : نابليون والتسامح الدينى : -

يتضح لنا من العرض السابق لعلاقة نابليون بالإسلام ، أنه ضرب أروع الأمثلة فى علاقة قائد مسيحى مثله بالإسلام والمسلمين . وتنصيبه علماء المسلمين أرفع المناصب فى الدولة التى أسسها بل أنه كان يشتط كثيرا فى مجاملته للإسلام والمسلمين .

---

(١) المصدر السابق . ص ٢٣٠ .

(٢) المصدر السابق . ص ٢٥٢ .

الفصل الخامس

أجهزة الإعلام الإسلامى فى مصر

يتناول هذا الفصل دراسة تقويمية لمختلف الأجهزة التى تأخذ على عاتقها تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى فى مصر . وتتضمن هذه الدراسة التعريف بهذه الأجهزة ولمحة تاريخية عن نشأتها وتطورها ، والأهداف التى تسعى إلى تحقيقها ، وكيفية معالجتها للقضايا الدينية والعامة من حيث الكم والكيف وتنقسم هذه الأجهزة إلى قسمين :

القسم الأول : الأجهزة الإعلامية الإسلامية المتخصصة :

وهى الأجهزة التى تعمل بشكل مباشر ومخطط لتحقيق أهداف الإسلام ، ذلك أن الإطار الذى تتحرك داخله هو إطار إسلامى ، والمنظار الذى تنظر به إلى مختلف القضايا هو منظار الدين الإسلامى ، والمقاييس التى تحكم بها على مختلف الشئون ، هى مقاييس إسلامية ، ومعالجتها لمختلف الأمور يتم من زاوية إسلامية .

فالهدف الوحيد لها هو نشر ، وتعميق ، والحفاظ على رسالة الإسلام بشتى الطرق والأساليب ، وهذه الأجهزة التى تتناولها الدراسة هى :

١ – جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف .

٢ – جهاز الدعوة والإرشاد بالجامع الأزهر .

٣ – محطة القرآن الكريم بالإذاعة .

٤ – المجلات الدينية المتخصصة .

٥ – المجلس الأعلى للشئون الإسلامية .

٦ – الجمعيات الدينية الإسلامية المشهرة بوزارة الشئون الإجتماعية .

ولا يقتصر عمل هذه الأجهزة على القضايا والموضوعات الدينية البحتة مثل

أصول وأحكام العبادات الإسلامية ، ولكنها تتناول جميع الموضوعات والقضايا العامة من وجهة نظر دينية ، فالإسلام لم يترك صغيرة ولا كبيرة من حياة الإنسان إلا تطرق إليها ، إبتداء من تنظيم العلاقة الأسرية ، إلى إعداد الجيوش والاستعداد للحرب والقتال ، كما أنه وضع أسسا عامة تقوم عليها الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى المجتمع الإسلامى وضوابط لمكافحة الجريمة ... إلخ . وأجهزة الإعلام الإسلامى لا تستطيع أن تغفل كل هذه الأمور ولكنها مكلفة بوضعها فى إطارها الدينى الصحيح .

القسم الثانى : الأجهزة الإعلامية العامة التى تعالج القضايا الدينية :

وتعمل هذه الأجهزة على تحقيق الأهداف العامة والقومية للوطن ، وتشتمل بالتالى على العديد من القضايا والموضوعات المتنوعة ؛ سياسية كانت أم اقتصادية أم اجتماعية ؛ كما هو الحال فى الإذاعة والتليفزيون والصحف العامة ولكنها تحقق رسالة الإعلام الإسلامى باحدى طريقتين :

الطريقة الأولى : -

البرامج والأبواب والأقسام الدينية التى تفردها هذه الأجهزة لقضايا الفكر الدينى ، مثل الصفحات الدينية فى كبريات الصحف التى تصدر داخل الوطن وهى صفحات صغيرة ومباشرة للإعلام الإسلامى ، وكذلك البرامج المخصصة للإعلام الإسلامى مثل برنامج رأى الدين فى الإذاعة ، وبرنامج نور على نور فى التليفزيون .

الطريقة الثانية :

الموضوعات والبرامج والأبواب العامة فى هذه الأجهزة . وذلك حين تلتقى أهداف هذه البرامج والموضوعات العامة مع مبادىء الدين الإسلامى فى تحقيق خير البشرية ، أى أن هذا الإعلام العام قد يحقق أهداف الإعلام الإسلامى ، ولكن بطريق غير مباشر حين يعمل على زرع الخير والفضيلة والعدل فى نفوس

الناس . وقد يتم ذلك من خلال عمل درامى فى أجهزة الإعلام العامة ، أو حديث لشرح أصول الحياة الزوجية السليمة ، أو مقال لنشر العفة والفضيلة .

وكثيرا ما نجد جهاز الأسرة يدعم أهدافه بآية قرآنية أو حديث نبوى شريف ، وكذلك رجال الصحافة حين يطالبون بالقصاص لمكافحة الجريمة ، ورجال الإذاعة والتليفزيون حين يشنون حملة ضد الأمية ، ونشر التعليم والاهتمام بالعلماء والباحثين ... إلخ .

إن الرسالة الإعلامية التى تدعو إليها الصحافة والإذاعة والتليفزيون ، وإن كانت تبدو رسالة اجتماعية أو قانونية أو علمية طالما تخدم أهداف الإسلام ولا تتنافر مع ما جاء به كتاب رسول الله وسنة رسوله من قريب أو بعيد ، بل تسعى إلى تحقيق نفس الأهداف التى تسعى إليها رسالة الإسلام ، فإنه يكون من الظلم أن نفصل بين أهدافها ، وأهداف الرسالة الإعلامية الدينية المباشرة ، بغض النظر عن أن الهدف الدينى جاء هنا ضمنا وبشكل غير مباشر .

وهكذا يتضح لنا أن الإعلام الإسلامى يتسع ليشمل الأجهزة الإعلامية العامة ، والأجهزة الإعلامية الدينية المتخصصة طالما كان الهدف واحدا ، وهو نشر ودعم وتعميق المبادىء والقيم والمثل التى جاءت بها رسالة الإسلام ، سواء أكان ذلك بطريق مباشر أم بطريق غير مباشر وبشكل ضمنى .

والواقع أن هذا التداخل بين أهداف أجهزة الإعلام الدينية المتخصصة فى سعيها لتحقيق أهداف الإعلام الدينى سيضطر الباحث إلى دراسة هذه الأجهزة بصفة عامة سواء أكانت دينية متخصصة أم عامة غير متخصصة .

المبحث الأول

أجهزة الإعلام الدينية المتخصصة

أولا : جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف :

يعتبر جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف واحدا من أبرز أجهزة الإعلام

الإسلامى ، ويشرف على هذا الجهاز وكيل وزارة مسئول . ذلك أن الدعوة الإسلامية تعتبر أهم الأهداف التى تسعى هذه الوزارة لتحقيقها ، والتى قامت من أجلها منذ أنشأها محمد على عام ١٨٣٥ م على شكل إدارة للأوقاف لخدمة النظام الذى وضعه لزراعة الأرض ، ثم تحولت إلى نظارة فى عام ١٩١٣ م ؛ بعد أن أنشأ لها الخديو عباس حلمى المبنى الحالى سنة ١٨٩٨ م ، ثم أصبحت وزارة مثل سائر الوزارات فى عهد خلفه [(١)] .

ويمارس جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف نشاطه من خلال عدد من الإدارات والأقسام النوعية ، وهى :

١ - الإدارة العامة للارشاد الدينى والثقافة الإسلامية ، وتضم :

(أ) إدارة الوثائق والمكتبات .

(ب) إدارة شئون القرآن .

(ج) المكتب الفنى لشئون الدعوة الإسلامية .

(د) إدارة المدافن والأضرحة .

٢ - الإدارة العامة للمساجد :

وتشرف هذه الإدارة على سائر مساجد الجمهورية ، وتدير أعمال الدعوة الإسلامية وتنظمها من خلالها ، سواء أكانت مساجد تابعة تبعية كاملة إدارية ومالية وفنية للوزارة وتبلغ حوالى ٥٠٠٠ مسجد ، أم مساجد أهلية وتبلغ حوالى ٣٠,٠٠٠ مسجد ، وتمارس هذه الإدارة عملها من خلال ستة أقسام هى :

(أ) قسم ضم المساجد .

(ب) قسم إعانات الشعائر .

(ج) قسم سجلات المساجد .

---

(١) وزارة الأوقاف . رسالة وزارة الأوقاف ووسائلها لتحقيق أهدافها . تقرير من ٥ صفحات . ص ١ ، ٢ .

(د) قسم البعثات والإعارات .

(هـ) قسم شئون الموظفين .

ويعمل جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف لتحقيق الأهداف التالية :

١ – توعية المواطنين بأصول وأحكام الشريعة الإسلامية .

٢ – ربط الدين بالحياة .

٣ – معالجة سلبيات المجتمع من زاوية إسلامية عن طريق التوعية الدينية باستخدام الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة .

٤ – نشر الكتاب الإسلامى فى مختلف المساجد التى يؤمها الرواد بصفة مستمرة .

٥ – نشر الثقافة القرآنية وذلك من خلال الإشراف على القارىء فى المساجد ، ودعم حلقات تحفيظ وتجويد القرآن الكريم بين المسلمين .

وسائل الإعلام التى يمارس جهاز الدعوة الإسلامية نشاطه من خلالها :

١ – الوسائل الشفوية وتتمثل هذه الوسائل فى الأشكال التالية :

(أ) خطبة الجمعة .

(ب) الدروس الدينية التى تتم غالبا ما بين صلاة المغرب والعشاء ، أو فى أوقات أخرى يتم تحديدها حسب طبيعة وظروف العمل فى كل مسجد ، كما يتم عقد هذه الدروس غالبا بعد صلاة المغرب فى شهر رمضان ، وتعقد هذه الدروس عادة فى المساجد .

(ج) الندوات والمحاضرات الدينية سواء أكانت فى المساجد أم خارجها فى الأماكن العامة .

٢ – الوسائل المطبوعة وتتمثل فى :

(أ) نشرة دورية تصدر كل خمسة عشر يوما باسم « الدين والحياة » ، تطبع ١٥,٠٠٠ نسخة من كل عدد .

(ب) نشرات أخرى منتظمة تصدر بين الحين والحين ، فى مختلف المناسبات التى تتطلب ذلك .

المكتبة الدينية :

وتوجد فى معظم مساجد الجمهورية مكتبة تسهم فى نشر الثقافة الدينية تضم المصاحف والمراجع الدينية المختلفة من كتب التفسير والحديث والسير النبوية والبطولات الإسلامية ... إلخ . وكذلك النشرات والمجلات الدينية ، ويختلف حجم وثقل هذه المكتبات باختلاف درجة المسجد ومكانته ودوره فى المنطقة التى يخدمها وتعمل هذه المكتبات لخدمة غرضين :

الأول : نشر الثقافة الدينية لدى الجماهير .

الثانى : تعميق الثقافة والفكر الدينى لدى أئمة وخطباء المساجد .

مقارئ القرآن الكريم :

والقرآن الكريم من أهم الدعائم التى يقوم عليها الإعلام الإسلامى ، وأكثرها فعالية لدى الرأى العام ؛ ذلك أنه دستور الإسلام . وتنتشر مقارئ القرآن الكريم التابعة لجهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف فى المساجد التابعة للوزارة بعواصم المحافظات والمراكز ، ويضم كل واحد من هذه المساجد مقرأة تضم عددا من القراء يرأسهم شيخ المقرأة ويتناوب هؤلاء القراء قراءة القرآن الكريم فيما بين صلاة العصر والمغرب فى كل يوم طبقاً لنظام معين يتفق عليه فيما بينهم ، ويتقاضى هؤلاء القراء مكافأة شهرية من وزارة الأوقاف لقاء هذه الجهود ، وهكذا يتسع جهود المسجد ليشتمل على قراءة القرآن الكريم كذلك .

رجل الإعلام الإسلامى بجهاز الدعوة الإسلامية :

رجل الإعلام الإسلامى أو مرسل الرسالة الإعلامية الدينية التابع لجهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف يطلق عليه (إمام وخطيب ومدرس) ، وهى وظيفة واحدة يشغلها رجل واحد متفرغ لها ومتخرج من إحدى الكليات الأزهرية . وفيما يلى توضيح لمسمى الوظيفة ونشاطها :

الإمـــــام : لأنه يؤم الناس فى الصلوات الخمس اليومية .

الخطـــيب : لأنه يخطب يوم الجمعة من كل أسبوع ، وخطبة الجمعة هى واحدة من أهم الوسائل الإعلامية الدينية فى الإسلام ، وسوف نتناولها بالدراسة المفصلة فى فصل لاحق ، كما يخطب الناس فى العيدين .

المدرس : لأنه مكلف بإلقاء الدروس الدينية اليومية فى المسجد الذى يعمل فيه ، سواء فى الوقت الذى حددته الوزارة وهو ما بين صلاة المغرب والعشاء ، أو فى وقت آخر يتفق عليه مع المسئولين ، مع مراعاة مصلحة الجمهور وظروفه .

ويضم جهاز الدعوة الإسلامية ٣٥٠٠ (إمام – وخطيب – ومدرس) يتدرجون فى المساجد حسب المستويات التالية :

١ – إمام وخطيب ومدرس فى أحد مساجد الدرجة الثالثة ، ويشغل هذه الوظيفة حديثو التخرج من إحدى الكليات الأزهرية المتخصصة .

٢ – إمام وخطيب ومدرس فى أحد مساجد الدرجة الثانية ، وينتقل إليه من تثبت كفاءته فى العمل بمساجد الدرجة الثالثة بعد قضاء سنتين بالعمل بها .

٣ – إمام وخطيب ومدرس فى مساجد الدرجة الأولى ، ويشغل هذه الوظيفة من تثبت كفاءته فى العمل بمساجد الدرجة الثالثة والثانية .

٤ – إمام وخطيب ومدرس المساجد الممتازة .. كمسجد السيدة زينب ، ومسجد الإمام الحسين ، ومسجد السيد أحمد البدوى ... إلخ . ويعين بهذه الوظيفة العناصر الممتازة ، المشهود لها بالكفاءة والعلم والمقدرة الخطابية .

٥ – شيخ المسجد ، وتخصص هذه الوظيفة لعدد من المساجد المحددة ويتم التعيين لها بقرار جمهورى ، وهذه المساجد هى مسجد السيدة زينب ، والحسين ، والإمام الشافعى والأحمدى بطنطا .

وظيفة المفتش : —

ويشغل هذه الوظيفة من تتوافر لديه الرغبة والقدرة على أداء هذا العمل من الأئمة والخطباء والمدرسين ، ويتدرج بعد ذلك من مفتش ، إلى مفتش أول ، إلى وكيل مديرية للدعوة ، إلى مدير مديرية ، ويقوم المفتشون بالإشراف على المساجد ، ومساعدة الأئمة من الخطباء والمدرسين ومتابعة أعمالهم ، ويمثلون حلقة الاتصال بين جهاز الدعوة فى الوزارة ، والمساجد الاقليمية فى مختلف المحافظات والمراكز والقرى .

المجالات التى يعمل فى نطاقها جهاز الدعوة بوزارة الأوقاف :

يغطى جهاز الدعوة الإسلامية جميع مناطق الوطن ، وذلك من خلال الوحدات الاقليمية التابعة له فى جميع المحافظات ؛ عن طريق وكيل الأوقاف لشئون الدعوة الذى يشرف على نشاط الدعوة الدينية فى نطاق المحافظة التى يعمل بها ؛ والذى يمثل حلقة الاتصال بين جهاز الدعوة المركزى فى الوزارة ؛ ومختلف الجهات والمساجد التابعة له ، ويتبع جهاز الدعوة حاليا ٣٠ وكيل مديرية لشئون الدعوة ، يساعد كل واحد منهم عدد من المفتشين والمفتشين الأوائل ، ويختلف عدد وكلاء الدعوة والمفتشين الأوائل العاديين فيزداد عددهم أو يقل حسب عدد سكان المحافظة ومساحتها الجغرافية وموقعها ... إلخ .

ويعمل جهاز الدعوة الإسلامية فى المجالات الآتية :

١ — مجال الجمهور العام ، الذى يرتاد المساجد ويشهد الندوات والدروس الدينية ، ويتعرض بالتالى لمختلف الوسائل الإعلامية التى يستعين بها هذا الجهاز .

٢ — مجال الجماهير النوعية ، التى يخصص لها جهاز الدعوة أئمة وخطباء ومدرسين ، ويشيد لهم المساجد ، ويخصهم برسائله الإعلامية المختلفة ، سواء بشكل منتظم أم فى المناسبات والمواسم المختلفة ، وهذه النوعيات هى :

(أ) القوات المسلحة .

(ب) قطاع الشباب .

(ج) مصلحة السجون .

(د) أجهزة ومراكز تنظيم الأسرة .

ثانياً : جهاز الوعظ والإرشاد بالجامع الأزهر :

لمحة تاريخية :

شرع جوهر الصقلى الذى افتتح مصر عام ٩٦٩ م فى بناء الجامع الأزهر عام ٩٧٠ م واستمر العمل فى بنائة زهاء عامين وانتهى العمل فيه فى ٢٢ يونيه ٩٧٢ م ، وكان الفاطميون يهدفون من وراء بناء الجامع الأزهر إلى أن يكون منبرا للدعوة الشيعية ورمزا للسيادة الروحية لهذه الدولة ، وقد اقتصر التدريس فى الأزهر على المذهب الفاطمى وتعاليم الشيعة وفقه آل البيت فكان يتبوأ المقام الأول فى حلقاته الدينية ولاسيما فى بداية عهدها .

وبزوال الدولة الفاطمية فى مصر وتأسيس الدولة الأيوبية مكانها على يد صلاح الدين ، أخذ الأيوبيون على عاتقهم العمل على القضاء على الفقه الشيعى ، وانعكس ذلك على الأزهر الذى تقلصت مكانته وذبل نشاطه لدرجة أن أبطل الأيوبيون إقامة صلاة الجمعة فيه ، ولبثت صلاة الجمعة معطلة فى الجامع الأزهر طوال مدة حكمهم لمصر ، وأنشئوا عدة مدارس تنافس الأزهر فى رسالته فتوقف النشاط العلمى بالأزهر .

وحين جاءت دولتا المماليك البحرية والبرجية بعد سقوط دولة الأيوبيين ، عملتا على إعطاء الأزهر المكانة التى تليق به وجددتا عمارته ، وأعادتا إليه صلاة الجمعة بعد انقطاع طويل ، وكان الأزهر فى عهدهم عامراً بتلاوة القرآن الكريم ودراسته وعلوم الحديث والفقه والتفسير والنحو [١] .

---

(١) محمد عبد المنعم خفاجى . الأزهر فى ألف عام . ص ٦١ ، ٦٥ .

وحين استولى العثمانيون على مصر عام ١٥١٧ م ، وسقطت مصر فى أيديهم انعكست آثار سياستهم على كافة مظاهر الحياة الفكرية التى كانت مزدهرة فى مصر قبل مجيئهم . وأصاب الأزهر ما أصاب غيره من المؤسسات التعليمية من الركود والذبول ، وقد ترتب على ذلك إنهاء صرح الحياة الفكرية الإسلامية فى أعقاب الفتح التركى بعد أن نفى العثمانيون العلماء المصريين إلى القسطنطينية ، وانتزعوا الكتب من المدارس والمساجد والمجموعات الخاصة ، وأودعوها مكتبات العاصمة التركية ، إلا أن الأزهر رغم ذلك عمل على الحفاظ على اللغة العربية ، ومقاومة لغة الفاتحين ، وحماية التراث الإسلامى خلال القرون الثلاثة التى جثم فيها الأتراك على صدر مصر ، وهذا هو أعظم ما أداه الأزهر ووفق فى إسدائه خلال تلك الحقبة المظلمة من تاريخ مصر [١] .

وحين جاء نابليون بونابرت بحملته عام ١٧٩٨ م اكتشف ببعد نظره خطورة التأثير الدينى على شعب مصر ، ومكانة رجال الدين فى نفوس الناس ، فعمل على كسب رجال الأزهر إلى جانبه ، فاستعان بهم واختار عشرة منهم أعضاء فى ديوانه المعروف ، إلا أن الأزهر كان بمثابة معقل للحركة الوطنية ضد الاحتلال الفرنسى حتى تم اجلاؤه عن البلد . ولما جاء محمد على إلى مصر أدرك أيضاً بثاقب بصره مكانة الأزهر ورجاله ، فظل يتودد إليهم ويمعن فى مجاملته لهم إلى أن نصبوه حاكما على مصر عام ١٨٠٥ م .

وظل الأزهر يؤدى دوره الوطنى طوال القرنين التاسع عشر والعشرين فى نشر العقيدة الإسلامية والحفاظ على التراث العربى والإسلامى ، وتخرج منه رجال كان لهم دور بارز فى تاريخ الإصلاح الدينى مثل الإمام محمد عبده ، والإصلاح السياسى مثل سعد زغلول ، والنضال العسكرى مثل أحمد عرابى ، والإصلاح التعليمى مثل رفاعة الطهطاوى ، وعلى باشا مبارك ، وعلى الصعيدين الأدبى والفكرى مثل طه حسين ولطفى السيد ومحمد رشيد رضا .

---

(١) المرجع السابق . ص ٧٦ – ٨٠ .

هذه مجرد لمحة تاريخية مجملة عن الأزهر ، آثرنا عرضها لإبراز مراكز الدعوة الإسلامية على مدى التاريخ المصرى .

جهاز الدعوة الإسلامية بالجامع الأزهر :

بدأت الدعوة الإسلامية تعمل فى الأزهر من خلال قسم خصص لهذا الغرض عام ١٩٢٨ م ، يسمى قسم الوعظ ، يشرف على الدعوة الإسلامية فى جميع أنحاء البلاد ويتبعه جميع علماء الأزهر ، ومر هذا القسم بعدة مراحل إلى أن أصبح « الادارة العامة للوعظ والإرشاد والدعوة الدينية » وتتبع مجمع البحوث الإسلامية وتحددت اختصاصاتها فى النقاط الآتية :

١ – نشر الثقافة الإسلامية بين جماهير الشعب فى كل مكان ، عن طريق الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة ، وتبصير الناس بحقائق الدين الإسلامى وتفنيد مزاعم الملحدين والمنحرفين والمذاهب الوافدة التى لا تتفق مع الإسلام ، مع الاهتمام بالجماهير النوعية مثل جماهير القوات المسلحة والشرطة وغيرها .

٢ – محاربة البدع والخرافات ، مسترشدة فى ذلك بكتاب الله وسنة رسوله .

٣ – تنقية التراث الإسلامى من الاسرائيليات ، وما يثار حوله من الشبهات .

٤ – العمل على فض الخصومات والمشاحنات بين المتخاصمين من أفراد الشعب ، ومحاربة الجريمة فى كل مكان .

٥ – الاقتاء فى مختلف القضايا والمنازعات التى تواجه الناس ولا يستطيعون أن يجدوا لها حلا دينيا ، مثل قضايا المواريث والزواج والطلاق وغيرها .

٦ – التعاون مع مختلف المصالح وأجهزة الدولة الإسلامية وفروعها فى الأقاليم ؛ لنشر الفضيلة ومحاربة الرذيلة .

الهيكل التنظيمى لجهاز الدعوة الإسلامية بالجامع الأزهر :

يمارس جهاز الدعوة الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية نشاطه من خلال ثلاث إدارات تختص كل منها بمجموعة من المهام المحددة على النحو التالى :

١ - إدارة شئون التدريب :

وتختص بوضع برنامج شامل لتدريب الوعاظ ، واختيار الدارسين والمدرسين ، وتحديد فترة التدريب ، وكل ما يتعلق بشئون التدريب .

٢ - إدارة شئون التفتيش وشئون المناطق :

وتختص بوضع خطط العمل للمراقبيين والمفتشين ، ومراجعة التقارير ، ومتابعة أعمال المناطق ، وتنظيم قوافل التوعية الدينية ، والإشراف على وعاظ القاهرة والقوات المسلحة ، وعرض الملاحظات والنتائج على مدير عام جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الدينية .

٣ - إدارة شئون التخطيط والمتابعة :

وتختص بالإشراف على مكتبة جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية ومجلة نور الإسلام التى يصدرها هذا الجهاز ، والإشراف على الشئون الثقافية ، وتتبع ما ينشر فى الصحف يوميا ، وإعداد النشرات التوجهيية الشهرية وتنظيم الشئون الإدارية ومتابعة كل نشاط الإعلام الإسلامى فى مختلف المجالات .

رجال الإعلام الدينى فى جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية بالأزهر

يعتبر عنصر المرسل فى العمل الإعلامى من أهم العناصر التى يتوقف عليها نجاح الخطط الإعلامية ، فإذا كانت الرسالة تحتوى على مضمون متقن وقوى ، وإذا كانت وسيلة الإعلام المستخدمة تتمتع بفاعلية كبيرة فى قدرتها على نقل الرسالة الإعلامية ، وفى قوة تأثيرها ، ثم تفتقر العملية الإعلامية إلى رجل الإعلام القادر على إحداث الأثر المستهدف ، فإن هذا سيقضى على كل احتمالات نجاح العمل الإعلامى ، حتى ولو كان موضوع الرسالة يعالج جوانب هامة وخطيرة .

ويتميز جهاز الدعوة الإسلامية بالأزهر بأنه يختار رجل الإعلام به على ضوء مقاييس علمية دقيقة ، ولا يدع لجهاز القوى العاملة أن يفرض عليه من لا يشاء كما هو الحال فى كثير من أجهزة الإعلام الأخرى .

ويضم جهاز الدعوة الإسلامية فى الأزهر ١٢٠٠ رجل إعلام إسلامى يطلق على كل منهم اسم « واعظ » وتتدرج مستويات الوعاظ طبقاً للترتيب التالى :

١ – واعظ مركز :

ويتم اختياره من خريجى كلية الدعوة الإسلامية ، أو قسم الدعوة بكلية أصول الدين بعد اجتيازه اختبارات اللياقة والصلاحية لهذا العمل ، ويعمل فى نطاق أحد المراكز التابعة لإحدى المحافظات ومقره عاصمة المركز ، ولكن نشاطه يمتد ليشمل جميع البلاد والقرى والكفور والنجوع التابعة لهذا المركز .

٢ – واعظ أول :

ويتم اختياره من بين وعاظ المركز ممن أمضوا فترة خبرة مدتها عشر سنوات ، وبعد ثبات صلاحيتهم وكفاءتهم فى ميادين عملهم . ومقر الواعظ الأول أيضاً المركز ، ويعاون الوعاظ العاديين ويشرف على عملهم ، ويجوز أن ينوب الواعظ الأول عن المفتش بمراكز أخرى غير المركز الذى يعمل به فى بعض الأحيان .

٣ – مفتش مساعد :

ويتم الترقية لهذه الوظيفة ممن تثبت صلاحيتهم وكفاءتهم فى وظيفة واعظ أول ، دون التقيد بفترة زمنية معينة ، ومقره عاصمة المحافظة ويقوم بمعاونة الوعاظ الأوائل والإشراف على أعمالهم ، وتمتد دائرة نشاطه لتشمل كل مراكز ومدن وقرى المحافظة .

٤ – مفتش المحافظة :

ويشغل هذه الوظيفة من تثبت صلاحيتهم وكفاءتهم للعمل كمفتشين

مساعدين ، ومقره عاصمة المحافظة ، ويناط به وضع خطة عمل للمفتشين المساعدين ، والوعاظ العاديين ، ثم يتولى الإشراف والتوجيه والتفتيش ، كما يشارك فى الندوات والمحاضرات الدينية التى تعقد فى المحافظة .

٥ - مراقب عام الوعظ : -

ويشغل هذه الوظيفة بالتالى من تثبت صلاحيته للعمل كمفتش محافظة ممن يشغلون الدرجات الثانية ، ومقر عمله الإدارة العامة للوعظ والارشاد والدعوة الإسلامية بالقاهرة ، ويخصص لكل أربع محافظات مراقب عام للإشراف والمتابعة ، ووضع الخطط ، والمعاونة فى شئون الدعوة الإسلامية فى نطاق المحافظات التى تخضع لإشرافه . ويخصص مراقب عام آخر للإشراف على وعاظ مصلحة السجون .

٦ - وكيل عام الوعظ : -

ويختار لهذه الوظيفة من تثبت صلاحيته وكفاءته للعمل فى وظيفة مراقب عام الوعظ ، ومقره الإدارة العامة للوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية بالقاهرة ، ويقوم بتوجيه أعمال المراقبين ، والمعاونة فى وضع الخطط والإشراف على مجلة نور الإسلام .

مدير عام الوعظ : -

وهى أعلى درجات الدعاة الإسلاميين بالأزهر ومقره الإدارة العامة للوعظ بالقاهرة ، ويشرف على كافة أعمال جهاز الدعوة الإسلامية بالأزهر ، ويضع خطط العمل لهذا الجهاز ، ويرسم سياسته ، كما أنه المسئول عن الشئون المالية والإدارية والفنية به ؛ كما أنه يمثل جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية بالأزهر فى مختلف المؤتمرات والاجتماعات واللقاءات ... إلخ .

وسائل الإعلام فى جهاز الدعوة الإسلامية بالأزهر :

يمارس جهاز الدعوة الإسلامية نشاطه من خلال عدد من الوسائل المختلفة هى :

١ - الوسائل المطبوعة ويتمثل ذلك فيما يلى :

(أ) **مجلة نور الإسلام** : وتصدر هذه المجلة فى حوالى ٢٤ صفحة بشكل دورى فى أول كل شهر عربى ، حجمها ١٧ × ٢٤ سم ، وتضم عددا من المقالات والبحوث الدينية المطولة ، وتكاد تكون خالية من أى فن صحفى سواء فى إخراجها أو فى تحريرها ، ذلك أنها لا تضم من الفنون الصحفية سوى فن المقال فقط ، فليس بها من الفنون الصحفية الأخرى كالخبر والحديث والطرائف ما يشد القارئ إليها .. كما أنه يتم إخراجها بطريقة بدائية وتوزع المادة على صفحاتها بشكل طولى دون استخدام أسلوب الأعمدة ، كما أنها خالية من الصور والرسوم تقريبا . دون ما اهتمام كبير بفن صياغة وإخراج العناوين الفرعية ومقدمة الموضوعات ، ويطبع من هذه المجلة حوالى ١٠,٠٠٠ نسخة شهريا ، وهى أشبه بنشرة الدين والحياة التى يصدرها جهاز الدعوة بوزارة الأوقاف فى إخراجها وتحريرها وترقيم صفحاتها ترقيما مسلسلا بين الاعداد المتوالية فلا يرقم كل عدد ترقيما مستقلا ، وقد صدر العدد الأول من هذه المجلة سنة ١٣٥٣ هـ ، ١٩٣٣ م . وتعتبر هذه المجلة لسان حال جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية بالأزهر .

(ب) النشرات والكتيبات التى تصدر فى مختلف المواسم والأعياد والمناسبات المختلفة .

٢ - الوسائل الشفوية : -

وتتمثل فى الندوات والمحاضرات والدروس الدينية التى يعقدها الوعاظ بمختلف درجاتهم ، وفى نطاق دوائر نشاطهم ، بالتنسيق مع المسئولين عن الدوائر الحكومية والخاصة ، والمسئولين فى القرى والكفور والنجوع ، دون التقيد فى ذلك بمكان معين ، ولكن الخطة توضع لتغطى دائرة عمل الواعظ بشكل عام .

ميادين عمل جهاز الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية بالأزهر :

يختلف ميدان نشاط رجل الإعلام الإسلامى فى الأزهر عن زميله فى جهاز

الدعوة بوزارة الأوقاف حيث يتسع نطاق دائرة الواعظ ، ويتمتع بحرية الحركة والتنقل ليغطى مختلف المناطق المكلف بالعمل فى إطارها . أما الإمام والخطيب والمدرس فى جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف فإن نشاطه محدود فى نطاق القرية والمسجد المعين له ، وليست لديه حرية الحركة الممنوحة للأول ، وقد يكون للثبات فى نطاق معين ميزة التكيف الاجتماعى مع الجماهير ، واستكشاف الوسيلة والأسلوب المناسب لمخاطبة أبناء القرية والمنطقة التى يعمل بها ؛ والقدرة على تطويع مختلف الأدوات التى تمنحه قوة التأثير والإقناع ، وقد يكون من عيوبها الركود ، وعدم التجديد والملل من جانب المرسل وجماهيره ، كما أن وظيفة رجل الإعلام فى الأوقاف متعددة وهى إمامة المصلين ، وإعداد الخطبة والدرس الدينى وإلقائهما بشكل منتظم ، وأما وظيفة الواعظ فتنحصر فى التوجيه الدينى فقط بشتى صوره .

ويمتد نشاط جهاز الدعوة الإسلامية فى الأزهر ليغطى الميادين التالية :

١ – ميدان الجمهور العام فى المسجد ، بالتنسيق مع الإمام والخطيب والمدرس ، وكذا فى الأماكن العامة فى القرى والمدن التى يعقد فيها ندواته ، ويلقى فيها محاضراته .

٢ – ميدان الجماهير النوعية وذلك بالتنسيق مع الأجهزة المعنية فى الجهات التالية :

(أ) القوات المسلحة .
(ب) الشرطة .
(ج) الجمعيات الإسلامية .
(د) جهاز تنظيم الأسرة .
(هـ) المستشفيات .
(و) المصانع .

(ز) جهازى الثقافة الجماهيرية والثقافة العمالية .

(ط) جهاز الإعلام .

(ح) التربية والتعليم .

الصعوبات التى تعوق عمل جهازى الدعوة الإسلامية بالأزهر والأوقاف :

١ – التداخل بين عمل الواعظ وعمل الإمام والخطيب والمدرس ، فى الوقت الذى يتبع أحدهما الأوقاف ، ويتبع الآخر الأزهر ، مما قد يصعب معه تنسيق العمل بينهما رغم وحدة العمل ووحدة الهدف ، وهذا شأن التداخل بين مراكز الإعلام وقصور الثقافة الجماهيرية فى المحافظات ، مما يستوجب معه توحيد هذه الأجهزة واتباعها لجهة واحدة ، لسلامة التنسيق وإحكام الإشراف فى وضع الخطط لتحقيق الهدف المشترك .

٢ – نقص الخبرة الفنية والتأهيل العلمى فى حقل الإعلام بمفهومه الحديث ، ويتفق فى ذلك رجل الإعلام فى الأوقاف والأزهر ، فكلية الدعوة الإسلامية ، وقسم الدعوة بكلية أصول الدين يكادان يخلوان من دراسة علوم الإعلام الحديثة ، وفنون الاتصال بالجماهير ؛ كالفن الصحفى والفن الإذاعى والتليفزيونى والعلاقات العامة ... إلخ . ذلك أن الإعلام الإسلامى لا ينبغى أن يغض عينيه عن استخدام هذه الفنون الإعلامية الحديثة ، حتى يتمكن من الاستفادة بها فى نشاطه ، وحتى لا تصدر أعماله فى صورة رديئة كما هو الحال فى النشرات والمجلات التى يصدرها .

٣ – عدم التنسيق بين جهازى الدعوة الإسلامية فى الأوقاف والأزهر ومختلف وسائل الإعلام ، كالإذاعة والتليفزيون والصحف وغيرها ، بالرغم من وحدة الهدف فكل منها يعمل بشكل منفصل ويضع خططه وبرامجه وحده .

٤ – نقص الموارد والإمكانات المادية والبشرية ويكفى أن نذكر فى هذا الصدد أن جهاز الدعوة الإسلامية بالأزهر ليس له ميزانية إطلاقا ، ولا توجد له سيارة واحدة مخصصة لخدمة أغراضه .

٥ – التفرقة فى المعاملة المالية بين رجل الدعوة الإسلامية فى الأوقاف والأزهر ، فعلى حين يتقاضى إمام المسجد عشرة جنيهات شهريا إلى جانب راتبه ، نجد أن الواعظ لا يتقاضى سوى ثلاثة جنيهات وهذا أيضاً شأن التفرقة بين رجل الإعلام فى جهاز الثقافة الجماهيرية الذى لا يتقاضى شيئا سوى راتبه ، فى حين أن رجل الإعلام فى هيئة الاستعلامات يتقاضى ٣٠ ٪ من راتبه بدل طبيعة عمل إضافة إلى الحوافز والمكافآت ، إلى جانب المرتب ، مما يترك أثرا نفسيا سيئا فى نفوس البعض وينعكس ذلك فى صورة عدم مبالاة وإهمال فى العمل .

٦ – أحيانا تفرض إدارة القوى العاملة عناصر لا تملك الكفاءة للعمل فى مجال الدعوة الإسلامية سواء فى الأوقاف أم الأزهر ، بما يتنافى مع الشروط اللازم توافرها فى رجل الإعلام الإسلامى والتى على رأسها الإيمان برسالته وتوافر الملكة والموهبة اللازمة لهذا العمل ، وتوافر الخلفية الثقافية والعلمية التى تؤهله لأداء هذه الرسالة .

محطة القرآن الكريم بالإذاعة : –

بالرغم من أن إذاعة القرآن الكريم إحدى محطات الإذاعة العامة إلا أننا سوف نتناولها بالدراسة بشكل منفرد ، كإحدى أجهزة الإعلام الإسلامى المتخصصة ، فليس من المغالاة فى شئ أن تخصص لها دراسة خاصة ، ذلك أنها أبرز الوسائل السمعية للإعلام الإسلامى المتخصص والمباشر ، ولعلها أكثر هذه الوسائل فعالية ، وتتضح لنا هذه الحقيقة إذا أدركنا أن هذه المحطة تبث البرامج الدينية والقرآن الكريم على مدى سبع عشرة ساعة على فترتين ، الأولى ابتداء من الثالثة صباحا إلى الحادية عشرة ظهرا ، والثانية تبدأ من الثانية بعد الظهر وتنتهى فى الحادية عشرة مساء . وتخصص هذا الوقت كله للإعلام الإسلامى ، كما أن برامجها تتسع

لتشمل مختلف القضايا والأحداث والأخبار من زاوية دينية فيجد المسلم فيها بغيته فيما يرنو إليه ويلبى حاجاته سواء أكان قرآنا كريما أم أحاديث نبوية أم فتاوى أم تفسيرات أم خطبا وندوات ومحاضرات .

كما أن فرص هذه المحطة فى أن تؤدى دورها بكفاءة تفوق جميع وسائل الإعلام الإسلامى المتاحة ، بحكم سرعة وسعة انتشار موجات الأثير ، وبالتالى فإن فرص التعرض لها متاح لجميع الجماهير على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والاقتصادية ، كما أنها أقدر وسيلة على تعميم الاستماع للقرآن الكريم على نطاق واسع بأصوات مختارة ومنتقاة سواء أكان قرآنا مرتلا أم مجودا .

أى أن هذه المحطة لا تستطيع أن تنافسها أو تتفوق عليها وسيلة إعلامية دينية أخرى فى المجتمع المصرى ، وبالتالى فإنها أبرز وسائل الإعلام الإسلامى الموجه للجمهور المصرى .

ولا يقتصر دائرة نشاطها على مكان معين مفروض على المستمع أن يتواجد فيه ، أو زمان معين فهى تدخل المنازل والمساجد والحقول والمستشفيات والمركبات العامة والخاصة معظم ساعات اليوم .

أهداف محطة القرآن الكريم : —

تم إنشاء محطة القرآن الكريم فى ٢٩ مارس عام ١٩٦٤ بغية تحقيق الأهداف التالية (١) :

١ — إذاعة القرآن الكريم بطريقة مرتلة من مشاهير القراء ، حتى يمكن للمستمع أن يعيش مع القارىء بدلا من أن يعيش مع صوته ونبراته .

إلا أن هذه المحطة تداركت أهمية إذاعة القرآن المجود إلى جانب القرآن المرتل فأصبحت تذيع القرآن بالطريقتين .

---

(١) إتحاد الإذاعة والتليفزيون ، مراقبة البحوث والإحصاء . إذاعة ج . م . ع فى عامها التاسع بعد الثورة . ص ٦٩ .

٢ – التزود بمعانى الخير والفضيلة والتقوى والصلاح وغير ذلك من الآثار العميقة التى يحدثها دوام الاستماع إلى القرآن الكريم .
٣ – حفظ القرآن الكريم من التحريف ؛ الذى تقوم به بعض الجهات المغرضة والمعادية للإسلام ، مثل إذاعة إسرائيل .
٤ – تزويد المستمعين بالثقافة القرآنية المختلفة ، من برامج تدور كلها حول القرآن الكريم باعتباره مصدر الحياة الدينية للإنسان المسلم .
٥ – ربط المستمع عن طريق تقديم نماذج له فى حياته التى يعيشها من خلال القصص والأمثال التى بالقرآن الكريم ، ومن خلال التوجيهات والأحاديث النبوية الشريفة .
٦ – تيسير متابعة نطق كلمات الله فى كتابه الكريم سليمة الضبط والإحكام وتمكين المستمعين من حفظها ومراجعتها على المصحف المكتوب .
٧ – نشر الثقافة القرآنية باعتبارها أساسا للسلوك الإنسانى القويم ومنبعا لتوجيه جميع عناصر الثقافة الإسلامية .
٨ – توضيح العبر فى القصص القرآنى والأمثال وقصص الأنبياء والمرسلين .

عرض عام للمواد الإعلامية التى تبثها محطة القرآن الكريم : –

بلغ عدد إجمالى ساعات البث للبرامج الدينية من محطة القرآن الكريم عام ١٩٧٦ عدد ١٧٠٦ ساعة ، وتبث محطة القرآن الكريم ما يزيد على ٣٠ برنامجا وفقرة دينية ، هذا عدا السهرات الدينية التى تقدمها من أحد المساجد ، وشعائر صلاة الفجر التى تقدمها على مدى ساعتين كل يوم ، وشعائر صلاة الجمعة التى تقدمها فى حوالى ثلاث ساعات من كل أسبوع بالاشتراك مع إذاعة البرنامج العام (١) .

المجلات الدينية المتخصصة : –

الصحافة الدينية واحدة من أهم وسائل الإعلام الإسلامى المتخصصة والمباشرة ذلك أنها تتناول مختلف الموضوعات التى والقضايا زاوية دينية .

---

(١) إذاعة جمهورية مصر العربية . المراقبة العامة للشئون الدينية وإذاعة القرآن الكريم . البرنامج الخاص بإذاعة القرآن الكريم .

وتتميز الصحافة الدينية بما تتميز به مختلف الوسائل المطبوعة من خصائص إعلامية وهى :

١ – قدرتها على الاحتفاظ بالمعلومات التى لديها أطول مدة ممكنة ، وبالتالى فهى تتيح فرصة للقارئ لكى يعرض نفسه على المطبوع أكثر من مرة لكى يتثبت من بعض النقاط التى يود أن يركز عليها .

٢ – إن المطبوعات هى وسائل الإعلام الوحيدة التى يستطيع القارئ أن يعرض نفسه عليها فى الوقت الذى يناسبه ويتفق مع ظروفه .

٣ – إن هذه الوسائل تمتاز بالقدرة على التصرف فى محتوياتها فى أى حجم وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها ، ومن هذا المنطلق فهى أفضل وسيلة لتقديم الموضوعات الدينية الطويلة والآراء المتعددة والتفسيرات المطولة .

٤ – إن المطبوعات هى أقدر وسائل الإعلام على التخصص فى فرع معين من فروع المعرفة ، كما هو الحال فى المجلات الدينية ، والصحية ، والرياضية ... إلخ . وبالتالى فهى من أنسب وسائل الإعلام الإسلامية المتخصصة .

٥ – تتميز الصحافة الدينية شأنها شأن الوسائل المطبوعة بألفاظها وعباراتها المغرية وبقدرتها على قيادة القارئ ، وبوضوح المقاصد والأهداف ، لأن الكلمة المطبوعة تتطلب هذا الوضوح ، وهى تحتوى على مادة يحس بها القارئ لا فارغة يشعر بالزهد فى قراءتها أو عدم الفائدة منها .

إلا أن المجلات الدينية يعوزها توافر الجمهور القارئ ، ونسبته منخفضة فى المجتمع المصرى ولاسيما فى الريف ، كما أنها تتطلب توافر حد أدنى من الثقافة ذلك أن ذوى المستوى الثقافى الهابط سيشق عليهم المتابعة ، والقدرة على استيعاب مضمون الرسالة الإعلامية الإسلامية المطبوعة ، كما أن هذه المجلات يعوزها أيضاً توافر القدرة المالية على شرائها .

خامسا : المجلس الأعلى للشئون الإسلامية :

المجلس الأعلى للشئون الإسلامية هو أبرز أجهزة الإعلام الدينى فى مصر ،

وهذا الجهاز أيضاً يتبع وزارة الأوقاف . إلا أن مجالات نشاطه تختلف عن مجالات نشاط جهاز الدعوة بوزارة الأوقاف ، ففى حين يركز جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف نشاطه على الإعلام الإسلامى داخل الوطن ، فإن نشاط المجلس الأعلى للشئون الإسلامية يتسع ليغطى العالم الخارجى قدر الإمكان ، إلى جانب نشاطه فى الإعلام الداخلى ، وتتضح لنا هذه الصورة من خلال ذكر الاختصاصات المنوطة بهذا الجهاز الذى تم إنشاؤه عام ١٩٦٠ والتى نجملها فيما يلى (١) :

١ – التعريف بالإسلام بين الأمم ، وتتبع الشبهات التى تثار عنه للرد عليها ودفع الاتهامات الماسة به ، وتشجيع كل ما من شأنه دعم الدعوة الإسلامية فى العالم وذلك من خلال :

(أ) العمل على تعميم تحفيظ القرآن الكريم وتجويده فى البلاد الإسلامية .

(ب) دراسة أحوال المسلمين ونشر البيانات عنها .

(ج) إخراج الموسوعات فى مختلف العلوم الإسلامية .

(د) التعاون مع الهيئات الإسلامية التى تؤدى دورا مماثلا لدور هذا المجلس فى مختلف المجالات ، والعمل على تمثيلها فى المنظمات الدولية لتحقيق الهدف المشترك .

(هـ) إصدار رسائل دورية ثقافية وتعليمية باللغة العربية واللغات الأجنبية وتوزيعها على العالم .

(و) وضع تفسير مبسط للقرآن الكريم باللغات العربية والأجنبية ، والتعليق على بعض الآيات تعليقا يكشف عن الإعجاز العلمى فى القرآن الكريم .

(ز) العمل على توطيد العلاقات الطيبة وتوثيق الصلات بين مصر وبين العالم الخارجى وذلك من خلال استضافة زعماء العالم الإسلامى وكبار الشخصيات

---

(١) المجلس الأعلى للشئون الإسلامية بالقاهرة . بيان أعمال المجلس الأعلى للشئون الإسلامية منذ إنشائه عام ١٩٦٠ حتى آخر ديسمبر عام ١٩٧٦ .

الإسلامية وعلماء المسلمين الذين يفدون على مصر واستقبالهم ، وجمعهم بعلماء الإسلام فى مصر ، لمناقشة مختلف القضايا الراهنة التى تهم العالم الإسلامى ، وتدارس أحوال المسلمين ، والتعاون على كل ما من شأنه إعلاء شأن الإسلام والمسلمين .

٢ – إصدار مجلة منبر الإسلام باللغة العربية للرأى العام داخل الوطن العربى ، وباللغات الانجليزية والأسبانية والفرنسية للرأى العام العالمى .

٣ – العمل على إحياء التراث الإسلامى ، وإخراجه إخراجا علميا حتى يمكن الانتفاع به ، وجمع الأحاديث الصحيحة وتبويبها وشرحها شرحا موجزا والتعليق العلمى عليها .

ويمارس المجلس الأعلى للشئون الإسلامية نشاطه من خلال عدد من اللجان التى يتم اختيار أعضائها من كبار الأساتذة والخبراء فى مختلف التخصصات ، وهى لجنة القرآن الكريم المرتل ، ولجنة القرآن والحديث ، ولجنة التعريف بالإسلام ، ولجنة إحياء التراث الإسلامى ، ولجنة موسوعة الفكر الإسلامى ، ولجنة الخبراء ، ولجنة تحليل مبادئ الشريعة ، ولجنة إحياء أمهات كتب السنة .

وسائل الإعلام فى المجلس الأعلى فى الشئون الإسلامية :

إذا استثنينا وسائل الإعلام الخارجى التى يمارس المجلس الأعلى للشئون الإسلامية نشاطه من خلالها مثل المؤتمرات الدولية ، والبعثات والمنح الدراسية ، والوسائل المطبوعة والسمعية والبصرية ، ذلك أن هذه الوسائل تخرج عن نطاق دراستنا ، لأن دراستنا تهدف إلى تقييم الدور الذى تلعبه أجهزة الإعلام الإسلامى على الرأى العام فى الريف المصرى ، نجد أن هذه الوسائل تتركز فيما يلى :

١ – مجلة منبر الإسلام :

وهى مجلة دورية تصدر فى أول كل شهر عربى وتكاد تكون أهم وسائل

الإعلام التى توجه إلى الجماهير داخل الوطن .

سلسلة دراسات فى الإسلام (١) :

وهى سلسلة كتيبات يعالج كل منها موضوعا معينا أو قضية بعينها أو شخصية إسلامية ، وقد صدر من هذه السلسلة حتى الآن ١٧٤ كتيبا .

٣ – سلسلة كتب إسلامية (٢) :

وقد صدر من هذه الكتب حتى الآن ١٧٠ كتابا تعالج قضايا الفكر الإسلامى بشكل أعمق .

المكتبات الإسلامية (٣) :

ويقوم المجلس بإقامة المكتبات الإسلامية وتزويدها بمختلف المطبوعات التى تصدر مزودة بتسجيلات المصحف المرتل ؛ والمصحف المعلم ؛ والمصحف المجود ، وتسجيلات تعليم الصلاة ، وذلك فى بعض المساجد والهيئات المعنية بشئون التعليم والتربية والثقافة والإعلام والقوات المسلحة والشرطة .

التقويم الإعلامى لأعمال المجلس الأعلى للشئون الإسلامية : –

من خلال العرض السابق لأعمال واختصاصات المجلس الأعلى للشئون الإسلامية نخلص بالحقائق التالية :

١ – إن النشاط الإعلامى لهذا الجهاز يتركز فى الإعلام الخارجى ، ولكن نصيب الرأى العام داخل الوطن من هذا النشاط محدود ، وهو لا يقدم خدمة مجانية فى مجال الدعوة الإسلامية فى الداخل ، لا سيما إذا أدركنا أن وسائله المتاحة فى

---

(١) المرجع السابق . ص ١٢ .
(٢) نفس المرجع . ص ١٨ .
(٣) نفس المرجع . ص ٣٠ .

داخل الوطن مثل مجلة منبر الإسلام ؛ والسلاسل التى يصدرها ، تباع بأسعار لا يستطيع كل الناس شراءها ، كما أن نشاطه فى مجال المكتبات الإسلامية فى المساجد وغيرها محدود .

٢ – يلاحظ أن العمل الإعلامى لهذا المجلس يتم من خلال وسائل اتصال جماهيرية ، ويسقط من حسابه وسيلة الاتصال الشخصى فى نشاطه الإعلامى ، هذا بخلاف الإعلام الإسلامى فى الأزهر والأوقاف الذى يعمل من خلال رجاله المنتشرين فى أنحاء الوطن بأسره ، بما يمكنهم من التفاعل مع الجماهير والتعايش معهم ومعالجة مشاكلهم .

٣ – يمارس هذا المجلس أعمالا مكررة لجهات أخرى مثل مجمع البحوث الإسلامية فى الأزهر ، وجهازى الدعوة الإسلامية بالأوقاف والأزهر ، ومن هذا المنطلق فإن الباحث يرى عزل الأعمال البحثية التى تناط بهذا المجلس وضمها إلى مجمع البحوث الإسلامية ، وقصر عمله على النشاط الإعلامى مع ضمه لجهازى الدعوة الإسلامية فى كل من الأزهر والأوقاف فى جهاز متكامل للإعلام الإسلامى داخل الوطن وخارجه ، بدلا من تعدد التخصصات ؛ وتشتيت الإمكانيات بين عدة جهات تؤدى عملا واحدا ؛ وتستهدف غرضا واحدا .

إن وضع خطة إعلامية ناجحة للإعلام الإسلامى يتطلب ضرورة تكامل الوسائل وتضافر الجهود وتوحيد الأهداف ، فالكلمة المنطوقة فى شكل خطبة أو ندوة أو محاضرة ؛ يجب أن تدعمها الكلمة المطبوعة فى مجلة أو كتيب أو كتاب ؛ مع الكلمة المسموعة من خلال أسطوانة أو قارئ ؛ مع القدوة الحسنة التى يجب أن تتمثل فى خطيب المسجد أو الواعظ الدينى ... إلخ . وكل هذا يعمل فى نطاق الأهداف القومية للوطن حتى لا ينفصل الإعلام الإسلامى عن ظروف الوطن وقضاياه .

سادساً : الجمعيات الدينية المشهرة فى وزارة الشئون الإجتماعية :

ينتشر فى مصر عدد كبير من الجمعيات الدينية الإسلامية ، قمنا بحصرها

فوجدناها تبلغ ١٠٤ جمعية [١] وإن كانت هذه الجمعيات يمتد نشاطها ليشمل المساعدات الإجتماعية ، والخدمات الثقافية ، ورعاية الأمومة والطفولة ، وتعمير المساجد ... إلخ . إلا أن الإعلام الإسلامى هو واحد من أهم أهدافها ومن أبرز هذه الجمعيات :

١ – جمعية الشبان المسلمين .
٢ – الجمعية الشرعية لتعاون العاملين بالكتاب والسنة المحمدية .
٣ – مشيخة الطرق الصوفية .
٤ – الجمعية الخيرية الإسلامية .

وتنحصر أهم أهداف هذه الجمعيات فى الدعوة الإسلامية وعرض وجهات النظر الدينية فى مختلف المناسبات ، وتعميق الاتجاهات الدينية بمختلف الوسائل .

ويمتد نشاط الجمعيات الدينية البارزة ليغطى كثيرا من الأقاليم من خلال فروعها الكائنة بعواصم المحافظات مثل جمعية الشبان المسلمين ، كما أنه توجد جمعيات مستقلة لخدمة محافظات أو مناطق معينة .

الوسائل الإعلامية بالجمعيات الدينية المتخصصة :

وتستعين هذه الجمعيات بالوسائل الإعلامية التالية لتحقيق أغراضها :

١ – وسيلة الاتصال الشخصى :

وذلك من خلال اللقاءات التى تتم بين أعضائها . والاتصال الشخصى كما يقول إفريت روجرز . قد يؤثر على السلوك نظرا للتجاوب الذى يتم بين الأفراد بسبب وجود قيم دائمة ؛ واتجاهات متشابهة ؛ وقد يكون للاتصال فعالية أكبر فى مواجهة أى معارضة للفكرة أو عداء لها من جانب الشخص الواقع عليه الاتصال [٢] .

---

(١) الإتحاد الإقليمى للجمعيات . دليل الجمعيات والمؤسسات الأهلية .
(٢) إفريت روجرز . المصدر السابق . ص ١٣٤ .

وتزداد أهمية عامل الاتصال الشخصى فى هذه الجمعيات الدينية ، فهى بمثابة الجماعات المرجعية للأفراد ، التى تمارس دورا هاما فى تحديد السلوك وتشكيل أنماط التصرفات ، ذلك أن عضوية الفرد فى مثل هذه الجمعيات المرجعية تلعب دورا هاما فى تكوين الاتجاهات ، كما يلعب قادة الرأى بها دورا مؤثرا فعالا فى التأثير على الأفراد الذين ينتمون لهذه الجمعيات . ذلك أن الاتصال الشخصى يحدث تأثيرا يفوق كل المصادر الأخرى فى اتخاذ الناس لقراراتهم . ومن هنا تنبع أهمية هذه الجمعيات الدينية وضرورة الاهتمام بها ودراستها .

٢- وسيلة الاتصال الجمعى : -

وذلك من خلال الندوات والدروس الدينية التى تعقدها هذه الجمعيات ، والخطب التى تلقى من خلالها ، وكذلك قراءة القرآن الكريم .

٣ - وسيلة الاتصال الجماهيرى : -

وذلك من خلال المجلات التى تعكس نشاط الجمعيات ، وتعرض وجهات نظرها ، وكذلك الكتيبات والنشرات التى تصدرها لخدمة هذا الغرض .

المبحث الثانى

الأجهزة الإعلامية العامة التى تعالج القضايا الدينية

أولا : الإذاعة :

تم افتتاح الإذاعة المصرية فى ٣١ مايو عام ١٩٣٤ وذلك فى أعقاب إلغاء التعاقد بين الحكومة المصرية وشركة ماركونى التلغرافية اللاسلكية التى قامت بمقتضاها - هذه الشركة - بإنشاء محطة إذاعة لاسلكية تديرها لصالح الحكومة المصرية ، بهدف القضاء على المهاترات والمضاربات بين الإذاعات الأهلية التى بدأت فى مصر فى العشرينات من القرن الحالى ، فى شكل محطات أهلية يديرها هواة اللاسلكى ، بهدف تحقيق الربح المادى من خلال الإعلانات التى كانوا يركزون عليها ، تتخللها بعض الأغانى المشوقة .

وبعد أن آلت الإذاعة إلى الحكومة المصرية فى ٤ مارس ١٩٤٧ [١] تبادل الإشراف عليها وإدارتها منذ إنشائها عدد من الجهات والوزارات ، مثل وزارة الشئون الاجتماعية تارة ، ووزارة الإرشاد القومى تارة أخرى ، ووزارة الثقافة والارشاد القومى تارة ثالثة ، ورئاسة الجمهورية تارة رابعة ... إلخ . كما صدرت عدة قرارات ولوائح لتنظيم العمل بها إلى أن صدر القانون رقم ١ فى عام ١٩٧١ بانشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون يتولى شئون الإذاعة المسموعة والمرئية فى ج . م . ع . (الإذاعة والتليفزيون) على أن يكون لهذا الاتحاد الشخصية الاعتبارية ، ويتبع وزير الإعلام ، ويكون مركزه القاهرة .

حدد هذا القانون أهداف الاتحاد ومن أبرزها تطوير مفاهيم الإعلام الإذاعى ، وإرساء القواعد والقيم الخلقية والروحية التى تحكم المواد الإذاعية .

وتضم الإذاعة المصرية عددا من المحطات الإذاعية العامة التى تخاطب مختلف قطاعات الرأى العام داخل الوطن ، وعددا من المحطات الأخرى التى تخاطب الرأى العام العربى والعالمى ، وما يهمنا منها هنا هو المحطات التى يتعرض لها الرأى العام الداخلى ، والتى تصل إلى الجمهور المصرى حتى وإن كانت توجه إلى شعوب أخرى عربية مجاورة مثل إذاعة صوت العرب ، وركن السودان ، وإذاعة فلسطين . وتسهم هذه المحطات فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى من خلال البرامج والفقرات الدينية التى تبثها على الرأى العام ، والتى تبلغ حوالى ٢٠ برنامجا دينياً عدا القرآن الكريم والأغانى الدينية والابتهالات والدعاء والآذان وشعائر صلاة الجمعة كل أسبوع ، وقد بلغ إجمالى ساعات البث للبرامج الدينية المتخصصة من مختلف محطات الإذاعة عام ١٩٧٦ ٥٤ دقيقة – ٩٤٥٣ ساعة بمتوسط يومى قدره ٢٧ دقيقة – ٢٥ ساعة وبنسبة ١٩,٦٧٪ من إجمالى ساعات الإرسال الإذاعى .

---

(١) إذاعة ج . م . ع . مراقبة البحوث والإحصاء . إذاعة ج . م . ع فى عامها التاسع عشر بعد الثورة ، ص ١٢٨ .

وقد قمنا بحصر لهذه البرامج التى يتعرض لها الرأى العام فى المجتمع المصرى وسوف نتعرض لكل محطة من هذه المحطات فى عجالة سريعة [١] متضمنة أسماء هذه البرامج والفقرات الدينية بها ومدة إذاعتها ودوريتها والوقت المخصص لها [٢] وذلك على النحو التالى :

- **البرنامج العام :**

بدأ البرنامج العام إرساله عام ١٩٣٤ مع بدء الإرسال الإذاعى وهو البرنامج الرئيسى للإذاعة ، ويهدف إلى خدمة المستمع المحلى فى مصر بالدرجة الأولى ، ومن أهداف هذا البرنامج تثبيت القيم الروحية ، وتأكيد المبادىء والمعانى الدينية ؛ والتى تتناسب مع طبيعة التطور الحضارى فى بلادنا بما يحقق ربط الدين بالحياة .

صوت العرب :

بدأت هذه المحطة إرسالها عام ١٩٥٣ م وتتوجه إلى البلاد العربية ، ولكن الرأى العام فى مصر يستمع إليها بصورة عادية ، شأنها فى ذلك شأن البرنامج العام ، وتضم هذه الإذاعة ضمن موادها البرامج العقائدية التى تهدف إلى ربط القضايا العربية ووسائل حلها بجوهر الإسلام ، وبالتراث العربى الأصيل .

إذاعة الشرق الأوسط :

تم افتتاح هذه المحطة عام ١٩٦٤ ، وعلى الرغم من أنها أنشئت أساسا لخدمة الاقتصاد القومى والصناعة ، والترويج للمنتجات المحلية ، وذلك عن طريق جلب الاعلانات المحلية والأجنبية ، إلا أنها تسعى أيضاً إلى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى من خلال القرآن الكريم والبرامج والفقرات الدينية الخاصة بها .

---

(١) إتحاد الإذاعة والتليفزيون . الأمانة العامة للتخطيط والمتابعة والبحوث . التقرير الإحصائى السنوى عام ١٩٧٦ . ص ٦٤،١٩ .

(٢) مجلة الإذاعة والتليفزيون . العدد ٢٢٤٩ فى ٢٢ / ٤ / ١٩٧٨ ، والعدد ٢٢٢٥ فى ١٣ / ٥ / ١٩٧٨ .

إذاعة الشعب :

أنشئت إذاعة الشعب عام ١٩٥٩ لتحقيق نفس الأهداف التى يسعى إليها البرنامج العام ، مع التركيز على الطوائف والفئات الشعبية ، وتعمل هذه الإذاعة على المساهمة فى تحقيق رسالة الاعلام الإسلامى من خلال ما تقدمه من البرامج والفقرات الدينية ؛ وكذلك القرآن الكريم .

إذاعة فلسطين :

بدأت هذه المحطة الإذاعية إرسالها عام ١٩٦٠ لخدمة القضية الفلسطينية ، إلا أنها تعمل على تحقيق أهداف الإعلام الإسلامى من خلال عدد من البرامج والفقرات الدينية ؛ والقرآن الكريم .

إذاعة الإسكندرية :

بدأت إذاعة الاسكندرية إرسالها عام ١٩٥٤ فى مدينة الاسكندرية ، لتكون بمثابة النواة الفكرية لفكرة إنشاء إذاعات محلية تقدم خدماتها على أسس لامركزية ، بهدف النهوض بالهيئات المحلية ، وتضم هذه الإذاعة عددا من البرامج والفقرات الدينية التى تسهم فى إعلام الجمهور المحلى الذى يستمع إليها بحقائق الدين الإسلامى ورسالته .

إذاعة الشباب :

وقد أنشئت هذه المحطة [1] عام ١٩٧٥ لخدمة قطاع الشباب فى مختلف المجالات ، ومدة ارساله تربو على الساعتين يوميا . كما كانت المادة الإعلامية الدينية بها لا تتعدى ست دقائق ، ثلاث منها تخصص لقرآن الافتتاح ، وثلاث منها أخرى لدعاء دينى يومى يختم به البرنامج إذاعته . ولكن الجهود تتجه لتكثيف البرامج الدينية بهذه الإذاعة ، وقد ظهر ذلك من خلال برامج دينية مباشرة ومتنوعة موجهة للشباب .

---

(١) إتحاد الإذاعة والتليفزيون . الأمانة العامة للتخطيط والمتابعة والبحوث . التقرير الإحصائى السنوى عام ١٩٧٧ . ص ١٠ .

البرنامج الثانى :

بدأ هذا البرنامج إرساله عام ١٩٥٧ لمخاطبة قطاع المثقفين ، ورفع مستوى المستمع العادى ، عن طريق تقديم المواد الإذاعية الرفيعة فى مختلف المجالات العلمية والأدبية والفنية والمحلية والعالمية ، ولا يخصص هذا البرنامج سوى خمس دقائق يوميا لإذاعة آيات من المصحف المرتل فى بداية إرساله اليومى .

البرنامج الموسيقى :

وينحصر اهتمام هذا البرنامج على نشر الوعى الموسيقى بين المواطنين ، ولذا جاء هذا البرنامج خاليا تماما من أى برامج أو فقرات دينية .

إذاعة ركن السودان :

بدأت هذه الإذاعة ارسالها عام ١٩٤٩ كركن من أركان البرنامج العام ، بهدف تعميق الصلات بين القطرين الشقيقين . وربطهما سياسيا واجتماعيا وثقافيا .. وفى بداية عام ١٩٥٤ تم تخصيص برنامج سودانى منفصل يعرف باذاعة ركن السودان ، وأنشئ له مكتب بالخرطوم يساهم فى تغطية الأحداث هناك ، وتزويد إذاعة ركن السودان بالدراما والأغانى السودانية ، وتغطية الأحداث والاحتفالات السودانية . وتسهم إذاعة ركن السودان فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى من خلال القرآن الكريم وبعض البرامج والفقرات الدينية .

* * *

ولا تقتصر الرسالة الإعلامية الدينية التى تقدمها المحطات الإذاعية المعنية بهذه البرامج على تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى من خلال القرآن الكريم والفتاوى والأحاديث النبوية والتفسيرات المختلفة للآيات وخطبة الجمعة والآذان وغير ذلك من البرامج المختلفة التى تم ذكرها ، ولكن المادة الإعلامية الدينية تقدم من خلال الأغنية بأشكالها المختلفة (دعاء – ابتهالات – تواشيح) والتى سنتناولها بالدراسة خلال البحث الميدانى . وكذلك البرامج الدرامية ، والإعلامية ، والثقافية الأخرى .

ثانياً : التليفزيون : —

بدأ التليفزيون المصرى إرساله من القاهرة فى ٢١ يوليو عام ١٩٦٠ بعد عدة محاولات بدأت عام ١٩٥٤ ، وقد صدرت عدة قرارت لتنظيم العمل التليفزيونى وتحديد أهدافه واختصاصاته ، إلى أن صدر القانون رقم ١١١ لعام ١٩٧١ بضم التليفزيون مع الإذاعة فى اتحاد واحد كما ذكرنا ، وحدد هذا القانون أهداف العمل التليفزيونى التى من أهمها إرساء القواعد والقيم الخلقية والروحية التى تحكم المادة الإذاعية التى يقدمها هذا الجهاز الإعلامى الهام شأنه شأن الإذاعة [1] .
ويبث التليفزيون برامجه المختلفة من خلال برنامجين ، البرنامج الأول ويختص بالقناة الأولى ، والبرنامج الثانى ويختص بالقناة الثانية .

ثالثاً : الصحافة : —

يصدر فى مصر عدد كبير من الصحف غير الدينية ولكنها تسهم بصورة ما فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى ، إما بتخصيص أبواب ثابتة ودورية للفكر الدينى ، أو بالدعوة للمبادىء التى يدعو لها الدين الإسلامى بشكل ضمنى .
وتتعدد درجات إصدار هذه الصحف ، فمنها ما هو مملوك للتنظيمات السياسية والشعبية القائمة ، ومنها ما يصدر عن جهات وأجهزة حكومية ، ومنها ما تصدره الأحزاب والنقابات والاتحادات والجمعيات والأفراد ... إلخ . لتعكس وجهات نظرها ، وتبين أفكارها ، ومن هذه الصحف ما يصدر فى العاصمة ، ومنها ما يصدر فى الأقاليم ، ومنها الصباحية ، ومنها المسائية ، ومنها الصحف العامة غير المتخصصة فى فرع واحد ، مثل الصحف المتخصصة فى المجال الفنى ، أو الزراعى ؛ أو الاقتصادى ؛ أو النسائى ؛ والطبى ... إلخ .

---

(١) هيئة الإذاعة والتليفزيون فى ج . م . ع الإذاعة فى عشر سنوات . ص ٢٥٦ .

كما يختلف انتظام دوريتها فمنها اليومية ومنها الأسبوعية أو الشهرية .. الخ

وسوف نكتفى فى هذا البحث بمعالجة العمل الإعلامى الإسلامى المباشر من خلال صحف الأهرام والأخبار والجمهورية ، أما فى الدراسة الميدانية فسوف نتناول دراسة وتقويم الدور الذى تلعبه مختلف الصحف فى مجال الإعلام الإسلامى ، ويركز الباحث فى هذه الدراسة على هذه الصحف الثلاث للاعتبارات التالية :

١ – إنها أكثر الصحف انتشارا ومعدلات توزيعها أعلى من معدلات توزيع الصحف الأخرى بصفة عامة .

٢ – إن هذه الصحف الثلاث تفرد مساحات أسبوعية للإعلام الإسلامى المباشر .

٣ – إن دورية صدورها يوميا يزيد من قوة تأثيرها على الرأى العام .

٤ – أن تنوع موضوعاتها لا يحصر دائرة توزيعها على فئة دون أخرى ، فالقارىء العادى يجد فيها بغيته من موضوعات سياسية وفنية واقتصادية واجتماعية ورياضية ونقابية ، وهكذا .

٥ – إنها تعتمد بالدرجة الأولى على عنصر الخبر ، والخبر هو أكثر الفنون الصحفية جاذبية وتأثيرا فى الرأى العام ، والصحافة الحديثة لم تستطع أن تدخل حلبة الصراع الإعلامى مع وسائل الإعلام الأخرى وتنافسها إلا نتيجة إهتمامها بعنصر الخبر ، وإفرادها له مساحة واسعة فى صدر صفحاتها .

٦ – قومية صدورها فلا يقتصر توزيعها على منطقة دون أخرى ، أو جماعة دون أخرى ، فهى صحف توجه إعلامها للوطن كله وتهم جميع الفئات ، وتخصص الصحف اليومية الثلاث صفحاتها بصفة عامة للقاعدة الجماهيرية العريضة للوطن .

وتخصص هذه الصحف الثلاث مساحة معينة مميزة للإعلام الإسلامى فى أحد صفحاتها الداخلية يوم الجمعة من كل أسبوع ، فى صفحة أو أقل ، تضم الخبر والمقال والحديث ، والفتوى ، وكذلك خلاصة الدراسات والبحوث الدينية ، وكانت الأهرام أسبق هذه الصحف إلى تخصيص مساحة ثابتة للإعلام الإسلامى ، وكان ذلك فى شهر رمضان من كل عام وذلك اعتبارا من عام ١٩٤٧ ، ثم أفردت لهذا الباب حوالى صفحة أسبوعية . وتخصص الأهرام حاليا قسما للشئون الدينية ، يضم عددا من المحررين المتفرغين ، إلى جانب المشرف على هذا الباب . ولا تكتفى الأهرام فى مجال الإعلام الإسلامى بهذا الباب ، ولكنها تضم أيضاً قسما آخر لإصدار أمهات الكتب الدينية لنشر التراث الإسلامى وإحيائه ، وقد أنشئ هذا القسم عام ١٩٧٠ ، ويسهم فى عمل هذا القسم نخبة من العلماء والمفكرين فى مختلف جوانب الفكر الإسلامى .

كما تخصص جريدة الجمهورية أيضاً قسما للشئون الدينية يعمل به عدد من المحررين المتفرغين ومشرف لهذا القسم .

أما صحيفة الأخبار فلا يوجد بها قسم مخصص للشئون الدينية ، كما لا يوجد محررون متفرغون للصفحة الدينية وحتى المشرف على هذه الصفحة غير متفرغ لها .

ويمكن أن نجمل أهداف أقسام الشئون الدينية فى هذه الصحف الثلاث بوجه عام فى النقاط التالية : —

١ — تعريف الرأى العام بأصول وأحكام الدين الإسلامى .

٢ — محاربة البدع والخرافات الدخيلة على الإسلام .

٣ — الإسهام فى الكشف عن جوهر الدين الإسلامى وإزالة الشوائب التى يلصقها البعض ظلما بالإسلام .

٤ – تفسير الظواهر الطبيعية والعلمية تفسيرا دينيا ، يكشف عن واقعية هذا الدين .

٥ – الرد عن التساؤلات والاستفسارات التى تعن للبعض ولا يجدون إجابة واضحة لها ، مدعوما بوجهات نظر وفتاوى واجتهادات العلماء والباحثين الإسلاميين .

ويمكن أن نقوم الصفحات الدينية فى الصحف من خلال النقاط التالية : –

١ – إن المساحة التى تفردها الصحف للفكر الدينى غير كافية لتحقيق رسالة الإعلام الصحفى الدينى ، فهى فى مجملها لا تكاد تكمل صفحة ، كاملة ، وقد تصل فى بعض الأحيان إلى أقل من نصف صفحة ، ولاسيما إذا أدركنا أن دورية ظهورها تتم بصورة أسبوعية لا يتخللها خلال الأسبوع حتى مجرد عمود يومى يخصص للإعلام الإسلامى المباشر .

٢ – إن الإعلام الدينى فى أى صحيفة من هذه الصحف لا يضع خططا منظمة لتحقيق رسالته من خلال تبنى قضية من القضايا أو مشكلة من المشكلات ، ويطرحها للبحث والنقاش ، ويشرك الرأى العام فيها ، ويتابع نتائج حملته على إحدى الخرافات والبدع أو القضايا ، ثم يقيّم نتائج هذه الحملة فى النهاية ، من خلال التعديل والتغيير الذى يطرأ على اتجاهات الرأى العام ، وينسق خططه الإعلامية الدينية مع الإذاعة والتليفزيون وغيرها ، لحسمها ووضع النقاط على الحروف بشأنها .

٣ – إن مشكلة الإعلام الصحفى بوجه عام ، هى أنه يسقط من حسابه فئة الأميين ولا يضعهم فى اعتباره ، وهى كثرة يعتد بها فى المجتمع المصرى ، ولا يوجد حل لهذه المشكلة إلا بتشجيع القراءة الجماعية فى الريف المصرى عن طريق الرواد وقادة الرأى .

وقد تسهم الصحف العامة وكذلك الإذاعة والتليفزيون من خلال برامجها

العامة فى تحقيق رسالة الإعلام الدينى بشكل ضمنى ، وبصورة غير مباشرة من خلال موضوعاتها وبرامجها العامة ، وذلك حين تدعو إلى المبادىء والمثل التى يدعو إليها الإسلام سواء عن قصد أو عن غير قصد .

الفصل السادس

أثر الإعلام الإسلامى على الرأى العام
دراسة ميدانية فى ريف مصر

تشتمل الدراسة فى هذا الفصل على مبحثين :

المبحث الأول

إجراءات الدراسة الميدانية

تأخذ الدراسة فى هذا المبحث على عاتقها معالجة الجوانب التالية :

١ – المجال الجغرافى للبحث .

٢ – منهج الدراسة .

٣ – أداة البحث .

٤ – عينة الدراسة .

٥ – استمارة المقابلة .

٦ – العمل الميدانى .

٧ – تفريغ البيانات واستخلاص النتائج .

٨ – تحليل البيانات .

أولا المجال الجغرافى للبحث (المجتمع الريفى) :

تستهدف هذه الدراسة قياس الأثر الذى يتركه الإعلام الإسلامى على الرأى العام فى الريف المصرى ، وبهذا يتحدد مجال الدراسة وينحصر فى مجتمعات ريفية فقط ، وقد اختار الباحث المجتمع الريفى ليكون مجالا لدراسته لأسباب أربعة نجملها فيما يلى :

١ - سيطرة القيم والمفاهيم الدينية على تفكير الناس فى القرية المصرية ؛ لدرجة لا يكاد معظم أبناء الريف يفهمون ما يواجههم من قضايا وأحداث إلا من منطلق دينى ، ولا يفسرون ما يعترضهم من ظواهر إلا تفسيرا دينيا - كما لاحظنا ذلك من خلال معايشتنا لجماهير القرية - فإذا أقر رجال الدين هذه القضايا والأحداث وفسروها تفسيرا إيجابيا ، آمن بها واتبعها أهل الريف ، وإذا رفضها رجال الدين رفضوها ، وإذا تردد رجال الدين ولم يتفقوا على حسم الرأى بشأنها ترك هذا التردد صداه على إتجاهات الرأى العام فى القرية المصرية ، وترجع قوة العقيدة الدينية لدى سكان الريف ، إلى طبيعة مهنة الزراعة التى تسود سائر المهن الأخرى به ، ومظاهر الطبيعة المحيطة بهم ، إضافة إلى ذلك فإن المزارع يشعر أكثر من غيره بحاجته إلى مساعدة الله له فى عمله ، لعدم إطمئنانه على محصوله ونتائج جهوده طوال الموسم الزراعى ، وهذا الاتجاه القوى بين الناس فى الريف يرتبط بانتشار الاتكالية بينهم ، والاعتقاد والإيمان القوى بالقضاء والقدر . وبناء على ذلك فإنه إذا أمكن توجيه الإعلام الإسلامى فى القرية توجيها سليما ، وتم وضع الخطط العلمية الهادفة له فإنه سيحدث آثارا بالغة الأهمية ، كما نعتقد ذلك فى جميع مجالات الحياة فى القرية .

٢ - إن غالبية سكان مصر لايزالون يقطنون فى الريف ، وذلك على الرغم من زيادة معدلات الهجرة إلى المدينة . وهذا غير الأعداد الهائلة من سكان المدن الذين نزحوا من القرى ويعيشون فى المدينة ، وهؤلاء غالبا ما يعيشون فى المدن التى نزحوا لها بقيم وعادات وتقاليد القرية - وذلك بحكم انتمائهم لها . وبتوزيع عدد

سكان الريف مقارنا بعدد سكان الحضر – حسب آخر تعدادات السكان – اتضح ما يلى [١] : –

عدد سكان الريف	النسبة	عدد سكان الحضر	النسبة	جملة السكان المقيمين بالبلاد ليلة التعداد
٢٠,٥٦٠,٥٦٧	٥٦٪	١٦,٠٩٥,٦١٣	٤٤٪	٣٦,٦٥٦,١٨٠

٣ – سيطرة التواكلية والسلبية على تفكير الناس فى الريف فيما يختص باهتمامهم بالشئون العامة ، وذلك نتيجة الانحراف بالتعاليم الدينية تحت تأثير الاستعمار وأعوانه من القائمين على أمور الحكم ، الذين كانوا يغرسون الجوانب السلبية فى التعليم الدينى ويتغاضون عن ايجابيات الدين الإسلامى [٢] .

٤ – إنتماء الباحث إلى مجتمع ريفى ، وارتباطه المعنوى والعملى الكامل بقريته ، يجعله قريبا منهم مستشعرا مشاكلهم ، متفهما لعاداتهم وتقاليدهم ، وذلك من خلال معايشته لهم ، وهذا يسهل عليه إلى حد كبير لقاء المبحوثين والتعامل معهم ، وسبر أغوارهم وفهم نظرتهم لمختلف الأمور ، كما يمنحه القدرة على تحليل نتائج الدراسة تحليلا موضوعيا ، من خلال فهمه لأبعاد تفكيرهم .

ومن هذا المنطلق قام الباحث باختيار ثلاث قرى تتمثل فيها قدر الإمكان مختلف الظروف والمتغيرات التى تحكم الحياة فى ريف مصر ، مع مراعاة أن تكون هذه الدراسة فى حدود الإمكانيات المالية والقدرات العلمية للباحث ، وباستطلاع خريطة مصر ، والتوزيع الجغرافى للمناطق الحضرية والريفية عليها ، وبعد التشاور مع الخبراء والمختصين وقع الاختيار على ثلاث محافظات ليتم فيها اختيار ثلاث قرى

---

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء . النتائج الأولية للتعداد العام للسكان والإسكان ١٩٧٦ . ص ٣٣ ، ٣٤ .

(٢) فؤاد أحمد . مشكلات المجتمع الريفى . ص ٤١ .

تعكس كل واحدة منها ظروفا وأوضاعا جغرافية واجتماعية وثقافية مختلفة قدر الإمكان ، مع استثناء المحافظات الصحراوية على الحدود التى يبلغ عدد سكانها ٠,٦٪ فقط من إجمالى سكان مصر [١] ، كما أن هذه المحافظات لها ظروفها البيئية والقبلية التى قد تتطلب دراسة خاصة بها .

وقد روعى فى اختيار قرى البحث الثلاث أن تتمثل فيها جميع الظروف والمتغيرات التى تحكم الحياة فى المحافظة التى تمثلها ، بحيث لا تكون على درجة عالية من التحضر ، أو على درجة كبيرة من التخلف ، ولكن قرى متوسطة تجمع بين هذا وذاك ، بحيث تتعرض لمختلف وسائل الإعلام التى تتناولها الدراسة التى نحن بصددها ، وهى (خطبة الجمعة ، ودروس الوعظ والإرشاد الدينية ، والإذاعة والتليفزيون ، والصحف العامة ، والدينية) .

وقد تم – بناء على ذلك – اختيار قرية فى احدى محافظات الوجه البحرى وهى قرية زرقان ، التابعة لمركز تلا وتقع على بعد ١٢ ك . م شمال غرب مدينة شبين الكوم عاصمة محافظة المنوفية ؛ وهى المحافظة التى تقع فى قلب الدلتا وتكاد تتوسط مختلف محافظات الوجه البحرى ، ويعيش معظم أبنائها فى الريف ، ويبلغ عدد سكان الريف فى هذه المحافظة مقارنا بعد سكان الحضر كما يلى [٢] :

عدد سكان الريف	النسبة	عدد سكان الحضر	النسبة	جملة سكان محافظة المنوفية
١,٣٧٤,٢٩١	٨٠,٣٪	٣٣٦,٦٩١	١٤,٧٪	١,٧١٠,٩٧٢

أما القرية الثانية فقد تم اختيارها من إحدى محافظات الوجه القبلى ، وهى قرية المطيعة التابعة لمركز أسيوط وتقع على بعد ١٤ ك . م جنوب مدينة أسيوط ، وهى المحافظة التى تتوسط محافظات الوجه القبلى ، وتقع فى قلب صعيد مصر

---

(١) المصدر السابق . ص ٧ .

(٢) المصدر السابق . ص ٣٣ ، ٣٤ .

حيث يحدها شمالا ثلاث محافظات وهى (الجيزة وبنى سويف والمنيا) ويحدها جنوبا ثلاث محافظات إلى حدود مصر مع السودان وهى (سوهاج وقنا وأسوان) ، ويقطن معظم أبناء محافظة أسيوط فى المناطق الريفية ، كما يشير إلى ذلك العرض التالى [١] :

عدد سكان الريف	النسبة	عدد سكان الحضر	النسبة	جملة سكان محافظة أسيوط
١,٢٢٥,٣٤٦	٪٧٢,٣	٤٧٠,٠٣٢	٪٢٧,٧	١,٦٩٥,٣٧٨

أما القرية الثالثة ، فقد روعى تمثيلها للريف المتحضر القريب من المدن ، ومن مراكز الإشعاع الثقافى ، ومن مصادر المعرفة المختلفة من خلال تعرضها لمختلف وسائل الإعلام بصورة مكثفة ، وهى قرية شبرامنت التابعة لمركز الجيزة بمحافظة الجيزة المتاخمة للعاصمة ، وتتداخل أجزاء كبيرة منها مع العاصمة فيما يسمى بالقاهرة الكبرى .

وتقع شبرامنت على بعد ١٢ ك . م من ميدان الجيزة وعلى بعد ٦ ك . م من شارع الهرم جنوبا على ترعة المريوطية ، وهذا يشير بجلاء إلى توافر الفرص لأبنائها للتعرض لجميع الوسائل الاعلامية من إذاعة وتليفزيون وصحف عامة ودينية ، إضافة إلى السينما والمكتبات الكبرى فى العاصمة ، واحتكاكهم المباشر بالقاهرة ، بل وبالأجانب الذين يفدون إلى سقارة وغيرها من المناطق الأثرية القريبة منهم ، ويتوزع سكان محافظة الجيزة بين الريف والحضر بصورة متساوية تقريبا ، ويزيد عدد سكان الحضر قليلا ، بخلاف المحافظتين السابقتين كما يوضح ذلك العرض التالى :

عدد سكان الريف	النسبة	عدد سكان الحضر	النسبة	جملة سكان محافظة الجيزة
١,٠٣٩,٩٧٠	٪٤٣	١,٣٧٩,٢٧٧	٪٥٧	٣,٤١٩,٧٤٧

ثانياً : منهج الدراسة : -

على الرغم من أن المنهج التجريبى هو أمثل المناهج الدراسية وأقدرها على

---

(١) المصدر السابق ص ٣٣ ، ٣٤ .

تحقيق أهداف دراستنا فى قياس أثر الإعلام الدينى على الرأى العام ، وذلك عن طريق اختيار عينتين ممثلتين للمجتمع ، أحداهما عينة تجريبية ، والأخرى ضابطة ، ثم تثبيت جميع المتغيرات بها كالتعليم والسن والحالة الإجتماعية (الزواجية) ، والحالة الاقتصادية ... إلخ عدا المتغير المطلوب قياس أثره وهو هنا المتغير الإعلامى الدينى من خلال وسائله المختلفة ، حيث يتم تعريض المجموعة التجريبية فقط لهذا المتغير دون المجموعة الضابطة ، ثم قياس معدل التأثير لدى كل مجوعة بعد ذلك بطريقة علمية لاستكشاف التغييرات التى قد يحدثها هذا المتغير الإعلامى الدينى على العينة التجريبية ، وتسجيل هذه التغييرات بصورة منتظمة ، وقياس فارق التأثير لدى كل مجموعة واستخلاص نتائج التجربة بعد ذلك .

إلا أن هذا المنهج التجريبى على الرغم من أهميته ؛ بل وضرورته ، يحول دون تطبيقه فى مجال البحوث الاجتماعية صعوبات [1] ، مثل صعوبة ايجاد مجموعتين متكافئتين فى جميع العوامل ، لكثرة المتغيرات ، وصعوبة تحديدها ، والتحكم فيها ، كما أن هذه الدراسة تحتاج إلى وقت طويل إلى أن يظهر تأثير المتغير المراد دراسته ، وقد يسبب عامل الزمن تغييرا بين أفراد المجموعتين ، مما يصعب معه على الباحث تحديد ما إذا كان الفرق فى نتائج القياس راجعا إلى عامل الزمن أو إلى هذا المتغير التجريبى ، كما تبرز الآثار السلبية لهذه الصعوبات فى المجتمعات النامية مثل مجتمعنا المصرى ولاسيما فى الريف ، ذلك أن الباحث الميدانى فى الريف المصرى يعانى أشد المعاناة لمجرد الحصول على بيانات سليمة وصادقة من المبحوث الذى يعيش فى الظروف العادية ، فكيف سيتمكن من إجراء مثل هذه الدراسة التجريبية المعملية بين هؤلاء المبحوثين .

وقد وجد الباحث أن الدراسة الميدانية هى أنسب الطرق المتاحة لتحقيق أهداف هذه الدراسة .

---

(١) عبد الباسط محمد حسن . أصول البحث الإجتماعى . ص ٣٩١ ، ٣٩٢ .

وهذا المنهج الذى نحن بصدده يأخذ على عاتقه جمع أوصاف علمية ودقيقة عن الظواهر الاجتماعية فى وضعها الراهن ، ودراسة العلاقات بين هذه الظواهر بقصد استخدام هذه البيانات لتأييد الظروف والممارسات الراهنة ، أو عمل تخطيطات ، بغية تحسن الظروف والعمليات الاجتماعية لكشف الوضع القائم وتحديد كفاءته ، عن طريق مقارنته بمستويات معينة ، والحكم عليه بمعايير أو محكات تم إعدادها أو اختيارها ، ومسح الرأى العام هو أحد أمثلة الدراسات المسحية والتى تهدف إلى معرفة آراء الجماهير واتجاهاتها حتى يمكن رسم السياسات على أسس سليمة (١) .

ويعرف هذا المنهج بأنه منهج المسح الاجتماعى ، حيث إنه يعمل على جمع وتحليل البيانات الاجتماعية من خلال مقابلات مقننة واستبيانات ، بغرض الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المبحوثين يمثلون مجتمعا معينا ، كما يعمل على الكشف عن الخصائص الاجتماعية ، كالسن والنوع والمهنة والحالة الزواجية ، ومدى علاقة هذه الخصائص بأنماط سلوكية أو اتجاهات معينة (٢) .

وتزداد أهمية هذا المنهج فى حالة عدم توافر البحوث التى تم اجراؤها فى مجال الدراسة ، وحداثة الجهود العلمية المنظمة فى هذا الصدد (٣) .

ثالثاً : أداة البحث :

كانت المقابلة الشخصية Interview هى الأداة التى تم استخدامها لاستيفاء المعلومات التى تتطلبها استمارة البحث ، وذلك انطلاقا من الاقتناع بأن المقابلة الشخصية هى أمثل وسيلة لجمع البيانات الميدانية التى تتطلبها مثل هذه الدراسة ، ويطلق على هذه الوسيلة أيضاً بالاستبار لأن الباحث تتاح له فرصة

---

(١) حامد عبد السلام زهران . علم النفس الإجتماعى . ص ٥٢ ، ٥٥ .

(٢) محمد محمود الجوهرى وعبد الله الخريجى . طرق البحث الإجتماعى . ص ١٠١ – ١٠٢ .

(٣) عبد الباسط محمد حسن . المرجع السابق . ص ٣١٥ ، ٤٠٦ .

سبر أغوار المبحوثين ، للتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلوا بها ، ومعرفة اتجاهاتهم الحقيقية ، واختبار مشاعرهم ودوافعهم واتجاهاتهم وآرائهم الشخصية نحو موضوع معين أثناء المقابلة ، من خلال معايشتهم والمواجهة المباشرة بينه وبينهم ، وهو ما لا يستطيع الاستبيان تحقيقه . لأن المبحوث يتأثر بوجهات نظر الآخرين فى غيبة الباحث [١]. مما يجعل إجاباته لا تأتى معبرة عن آرائه ، كما أن المقابلة تمكن الباحث من تجاوز حالات الملل واللامبالاة اللتين تسيطران على بعض المبحوثين ، وخصوصا فى حالة تعدد الأسئلة والشك فى موضوع البحث ، فالباحث هنا يستطيع اقناعهم بالتعاون معه نظرا للأهمية العلمية لهذا البحث ، كما أن الباحث فى حالة المقابلة يستطيع أن يشرح بعض النقاط الغامضة ، أو التى قد يساء فهم جوانبها أو يشق على المبحوث استيعاب مدلولاتها ، والمقابلة أيضاً أقدر أداة للتعامل مع العناصر الأمية والطوائف غير المثقفة والحصول منهم على البيانات المطلوبة وهو ما لايستطيع الاستبيان تحقيقه .

كما أن الباحث فى حالة المقابلة يستطيع الرجوع إلى المبحوث ، واستيفاء بيانات ناقصة ، أو التأكد من صحة بعض هذه البيانات .

وتؤكد بولين يونج P.Yong أن المقابلة هى الوسيلة المثلى للبحث [٢] ، ذلك أنها تمكن الباحث من أن يسير غور المبحوث ، وهو شخص غير معروف لديه نسبيا ، ويرى بوجاردوسBogardos أنه لا يمكن فهم المواقف الاجتماعية إلا إذا توصلنا إلى معرفة الاتجاهات والقيم الإنسانية ، ولا يمكننا التعرف على هذه الاتجاهات والتغيير الحادث فيها إلا عن طريق المقابلة الشخصية . وهذا بخلاف الاستبيان الذى يتولى فيه المبحوث الإجابة على أسئلة الاستبيان وملئها دون مساعدة .

وقد قام الباحث بالإشتراك مع عدد من الباحثين والباحثات الإجتماعيين

---

(١) المرجع السابق .

(٢) جمال زكى وعبد الحليم محمود . المقابلة كوسيلة لجمع البيانات فى الريف المصرى . المجلة الإجتماعية القومية . ص ٦ .

المتخصصين الحاصلين على بكالوريوس الخدمة الاجتماعية ، وكذلك غيرهم ممن تمرسوا فى العمل الميدانى بالجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، والذين ينتمون إلى نفس المناطق التى أجريت فيها الدراسة بمقابلة المبحوثين والحصول على البيانات المطلوبة ، كما قام الباحث أيضا بتوضيح أهداف البحث إلى هؤلاء الباحثين والباحثات وشرح أبعاده ، والقيام بتدريبهم على نفس الاستمارة .

وقبل بدء العمل الميدانى عقد الباحث معهم عدة جلسات مطولة لشرح أهداف الدراسة وأبعادها ، وهدف كل واحد من هذه الأسئلة ، وعلاقته بما يسبقه أو يلحقه وكيفية توجيهه ، وأهمية تهيئة المناخ الملائم للمقابلة مع المبحوث عن طريق خلق جو من الألفة ، والحياد الكامل من قبل الباحث ، وعدم الايحاء للمبحوث بأى صورة من الصور بأفضلية إجابة على أخرى أو العكس ، كما تم توضيح النقاط التى قد تكون غامضة أو يشق على بعض المبحوثين فهم مضمونها ، حتى يدلى المبحوث برأيه بحرية كاملة فى ضوء مدركاته عن الأمور التى يسأل عنها .

رابعاً : عينة الدراسة :

أن من أهم المشكلات التى يواجهها ويصادفها الباحث مشكلة اختيار العينة التى يجرى عليها البحث ، لأنه يتوقف على هذه العينة كل قياس أو نتيجة يخرج بها . ويضطر الباحثون إلى إجراء بحوثهم على عينة محدودة العدد لا على المجتمع الأصلى بأكمله ذلك أن إجراء البحوث على المجتمع الأصلى بأكمله يكلف الباحث قدرا كبيرا جدا من الوقت والجهد والمال ، ومن أهم الشروط اللازم توافرها فى عينة الدراسة شرطان أساسيان هما : (١)

١ – أن تكون العينة ممثلة Representative للمجتمع الأصلى تمثيلا صادقا .

٢ – أن تكون لوحدات المجتمع الأصلى فرص متساوية Equal Chances فى الاختيار .

---

(١) السيد محمد خيرى . الإحصاء فى البحوث النفسية والتربوية والإجتماعية . ص ٢٢٩ ، ٢٣٠ .

حجم العينة :

تم تحديد عدد أفراد العينة ، مع الأخذ بعين الاعتبار إعطاء الوقت الكافى لكل مبحوث للتفكير المتأنى ؛ والإدلاء بآرائه بحرية كاملة والرد على جميع الأسئلة ، مع تحرى الدقة قدر المستطاع ، ومع عدم الإخلال بالعدد المعقول من المبحوثين الذين يمثلون مجتمع الدراسة تمثيلا صحيحا ، وقد بلغ إجمالى المبحوثين ٦٠٠ فردا تم توزيعهم على ثلاث قرى بالتساوى بحيث يختار من كل قرية ٢٠٠ مبحوث ، حيث روعى اختيار قرى متقاربة فى عدد سكانها دون تفاوت ملموس فى حجم السكان بكل قرية .

إطار العينة :

تم اختيار العينة على الطبيعة ، ومن الواقع الفعلى الذى تحياه كل قرية ، مع الالتزام بالأصول العلمية الدقيقة فى هذا الاختيار ، فتم البدء من شارع داير الناحية ، وهو شارع رئيسى عادة فى كل قرية ، الذى تتداخل معه وتصب فيه وتتفرع منه كل الشوارع الفرعية والحارات الموجودة بالقرية تقريبا ، وبالشكل الذى سنوضحه الآن .

نوع العينة وطريقة اختيارها :

تم اختيار العينة من النوع المتعدد المراحل . وذلك على النحو التالى :

١ - الاختيار العمدى لثلاث مناطق بحثية بعينها تتمثل فيها قدر الأمكان مختلف الظروف الجغرافية والاجتماعية والبيئية فى الريف المصرى ، فتم اختيار ثلاث قرى من ثلاث محافظات اختيارا عمديا إحداهما فى قلب الوجه البحرى ، وهى قرية زرقان بمحافظة المنوفية ، والثانية فى قلب الوجه القبلى ، وهى قرية المطيعة بمحافظة أسيوط ، والثالثة بينهما متاخمة للقاهرة لتمثيل الريف المتحضر ، وهى قرية شبرامنت بمحافظة الجيزة ، وذلك حتى تعكس كل قرية من هذه القرى أوضاع وظروف مجتمع ريفى مختلف ، وحتى تضم العينة مختلف النوعيات من الجماهير الريفية

دون الاقتصار على مجتمع ريفى بعينه . وسوف نذكر الاعتبارات التى تم على أساسها اختيار مجموعة البحث فى كل قرية من هذه القرى .

٢ – تم حصر عدد الأسر التى تنتمى لكل قرية من قرى البحث الثلاث من واقع دفاتر السجل لمدنى فى كل مركز من المراكز الذى تتبعه كل قرية ، وهو مركز سجل مدنى الجيزة ، ومركز سجل مدنى أسيوط ، ومركز سجل مدنى تلا . ذلك أن كل من يحمل بطاقة عائلية يعتبر رب أسرة ، فعدد البطاقات العائلية الذى تتبع إحدى القرى هى بمثابة عدد الأسر الموجودة فى هذه القرية ، وقد تبين أن كل قرية من القرى الثلاث تضم حوالى ثلاثة آلاف أسرة تزيد أو تنقص قليلا ، وعموما فإنها تدور حول هذا الرقم .

٣ – بقسمة عدد الأسر ، أى مجموع البطاقات العائلية على عدد المبحوثين المطلوب دراستهم فى كل قرية ، أى أن ٣٠٠٠ (أسرة) ÷ ٢٠٠ مبحوث = ١٥ ، ثم تم الاختيار العشوائى للمبحوث الأول عن طريق إجراء قرعة بين أول ١٥ أسرة من التى تقطن فى أول شارع داير الناحية ، مع مراعاة أن المنزل الواحد قد يجمع أكثر من أسرة كما هو معروف فى قرى مصر .

٤ – سارت العينة بعد ذلك بطريقة منتظمة Systematic ، فإذا بدأنا بالأسرة رقم ٥ على سبيل المثال كان يتم اختيار الأسرة التى تليها بعد ١٥ رقم ، وهكذا على التوالى بالشكل الآتى :

٥ – ٢٠ – ٣٥ – ٥٠ – ٦٥ – ٨٠ ،

وهكذا حتى يتم استكمال ال ٢٠٠ مبحوث المطلوبين دون تحيز ، مع إعطاء فرصة التمثيل لجميع الوحدات حيث أن ٣٠٠٠ ÷ ١٥ = ٢٠٠ مبحوث ، وهو العدد المطلوب من كل قرية .

٥ – كانت تجرى داخل كل أسرة قرعة بين مجموع الذكور الذين تضمهم هذه الأسر ، والذين تزيد أعمارهم عن ١٥ سنة ، لاختيار أحدهم اختيارا عشوائيا دون تحيز لأحد أفراد أى أسرة من هذه الأسر بسبب مستواه التعليمى أو وضعه الاجتماعى أو العمرى داخل الأسرة ، أو غير ذلك من الأسباب .

٦ – إذا وقع الاختيار على مبحوث ، وتبين أنه مريض أو معتوه أو متغيب ، أو رفض التعاون فإنه كان يستبدل بمبحوث آخر من الأسرة التى تتلو أسرته مباشرة وبنفس

الطريقة التى تم بها اختيار المبحوث السابق .

وهكذا كان يتم اختيار المبحوث المطلوب بعد ، اجتياز عدة مراحل مع مراعاة الدقة العلمية قدر الإمكان فى كل مراحل البحث ودون أدنى تحيز وبحيث يحصل جمع أبناء القرية على فرصهم كاملة فى الاختيار .

الملامح التى تميز عينة الدراسة :

بتوزيع عينة الدراسة فى قرى البحث الثلاث بحسب الخصائص التى تميز أفراد هذه العينة كشفت هذه الدراسة عن الحقائق التالية :

١ - المستويات التعليمية : -

كشف إعادة تصنيف المبحوثين بحسب مستوياتهم التعليمية فى كل قرية على حده عما يلى :

الحالة التعليمية	النسبة بين جملة المبحوثين بصفة عامة	النسبة بين مجموع المبحوثين فى شبرانت جيزة	النسبة بين مجموع المبحوثين فى زرقان منوفية	النسبة بين مجموع المبحوثين فى الطيعة أسيوط
فئة الأميين	٣٢,٥٪	٢٧٪	٣٩٪	٣١,٥٪
فئة الذين يقرءون فقط	٢,٧٪	٣٪	٢٪	٣,٠٪
فئة الذين يقرءون ويكتبون	٢٠,٢٪	١٩٪	١٩,٥٪	٢٢,٠٪
فئةالحاصلين على الإبتدائية	٨,٣٪	٥,٥٪	١٢٪	٧,٥٠٪
فئة الحاصلين على مؤهلات أقل من المتوسطة	٨,٧٪	١٠,٠٪	٧,٥٪	٨,٥٪
فئة الحاصلين على مؤهلات أقل من متوسطة	١٩,٨٪	٢٨,٠٪	٩,٥٪	٢٢,٠٪
فئة الحاصلين على مؤهلات عليا فأكثر	٧,٧٪	٧,٠٪	١٠,٥٪	٢٢,٠٪
غير المبتن تعليمهم	٠,٠١٪	٠,٥٪	-	١,١٪
الجملة	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠

٢ – الحالة الإجتماعية : –

كشفت إعادة تصنيف جملة المبحوثين بحسب حالتهم الاجتماعية ، بين جملة أفراد العينة بصفة عامة وبين جملة المبحوثين فى كل قرية على حده عما يلى :

الحالة الزوجية	النسبة بين جملة المبحوثين بصفة عامة	النسبة بين جملة المبحوثين فى شبرانت جيزة	النسبة بين جملة المبحوثين فى زرقان منوفية	النسبة بين جملة المبحوثين فى الطيعة أسيوط
فئة المتزوجين	٧٠,٧٪	٧١,٥٪	٧٣,٠٪	٦٧,٥٪
فئة الأرامل	١,٢٪	–	٣,٠٪	٠٠,٥٪
فئة المطلقين	٠٠,١٪	–	–	٠٠,٥٪
فئة العزاب	٢٨,٠٪	٢٨,٥٪	٢٣,٥٪	٢٨,٠٪
الجملة	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪

٣ – فئات السن : –

باعادة تصنيف جملة المبحوثين بحسب فئاتهم العمرية كشفت الدراسة عما يلى :

الفئات العمرية	النسبة بين جملة المبحوثين بصفة عامة	النسبة بين جملة المبحوثين فى شبرانت جيزة	النسبة بين جملة المبحوثين فى زرقان منوفية	النسبة بين جملة المبحوثين فى الطيعة أسيوط
من ١٥ سنة	١,٨٪	١٠,٥٪	٧,٥٪	١٤,٥٪
من ٢٠ –	٢٩,٩٪	٣٤,٠٪	٢٦,٠٪	٢٩,٥٪
من ٣٥ –	٢٣,٣٪	٢٧,٠٪	٢٠,٥٪	٢٢,٥٪
من ٤٠ –	١٦,٥٪	١٠,٥٪	٢٣,٥٪	١٦,٥٪
من ٥٠ –	١٣,٠٪	١٤,٥٪	١٦,٠٪	٨,٥٪
من ٦٠ فأكثر	٥,٧٪	٣,٠٪	٦,٥٪	٧,٥٪
غير مبين أعمارهم	٠٠,٥٪	٠٠,٥٪	–	١,٠٪
الجملة	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠

وقد تم تحديد ١٥ سنة كحد أدنى للسن التى نشترط توافرها فى المبحوثين للاعتبارات التالية :

(أ) أن سن ١٥ سنة يعتبر سن النضوج وبلوغ الحلم فى مجتمعنا ، ويمكن للمرء بعدها أن يتحمل المسئولية ولاسيما فى الريف ، ونظرا لأن البيئات الباردة مثل بريطانيا تعتبر سن ١٦ سنة سن النضج بها ، وحيث أن النضج يتم عادة فى وقت مبكر ، فإن سن ال ١٥ سنة قياسا على ذلك يعتبر سنا معقولا يمكن من يبلغه من الحكم على القضايا العامة ، وإبداء رأيه فيها .

(ب) ينهج المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية هذا النهج فيجرى بحوثه الميدانية ودراساته على المبحوثين الذين بلغوا ال ١٥ سنة ويعتبر هذا السن حدا أدنى لسن المبحوث لديه .

٤ – فئات الدخل : –

فئات الدخل	النسبة بين جملة المبحوثين بصفة عامة	النسبة بين جملة المبحوثين فى شبرانت جيزة	النسبة بين جملة المبحوثين فى زرقان منوفية	النسبة بين جملة المبحوثين فى الطيعة أسيوط
أقل من ٥ ج شهريا	٣,٧٪	٤,٥٪	١,٥٪	٥,٠٪
من ٥ –	٨,٧٪	٤,٠٪	١٦,٥٪	١٢,٥٪
من ١٠ –	١٥,٨٪	٦,٥٪	١٧,٥٪	٢٣,٥٪
من ١٥ –	١٧,٠٪	١٣,٠٪	٢١,٠٪	١٧,٥٪
من ٢٠ –	١٠,٠٪	١١,٥٪	١٣,٠٪	٥,٥٪
من ٢٥ –	١٣,٠٪	١٢,٠٪	١٥,٠٪	٩,٠٪
من ٣٠ –	١٢,٨٪	٢٣,٠٪	١٢,٥٪	٣٤,٠٪
من ٤٠ –	٥,٥٪	٥,٥٪	٤,٠٪	٢,٠٪
من ٥٠ –	٢,٢٪	٤,٠٪	١,٠٪	١,٥٪
٦٠ فأكثر	٤,٠٪	٦,٠٪	٤,٠٪	٢,٠٪
غير المبين دخولهم	٢,٠٪	٠,٥	–	–
الجملة	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪

٥ - النوع : -

اقتصرت عينة الدراسة على عنصر الذكور فقط ، وقد تم الاختيار العمدى للذكور واستبعاد عنصر الإناث للاعتبارات التالية :

(أ) صعوبة لقاء المرأة المصرية فى القرية ولاسيما فى الصعيد ، وقد بذل الباحث أثناء دراسته الاستكشافية لتحديد قرى البحث فى المحافظات التى تم اختيارها محاولات مضنية للقاء عنصر الاناث ، وأعاد المحاولة أثناء تجريب استمارة المقابلة فى بعض قرى الجيزة ، فوجد أن الدراسة ستتعثر أو تتحيز لنوعيات معينة من الإناث يتم فرضهن ، أو ترشيحهن للمقابلة ، ولاسيما المرأة المتعلمة ، مما يخل بمبدأ عدم تحيز العينة وعدم إعطاء فرص متكافئة للجميع ، وبعد أن تبين أن مسيرة البحث ستواجه صعوبات كبيرة ، اتفق على الاكتفاء بعنصر الذكور ، هذا على الرغم من أن الباحث اعتمد على بعض الباحثات الاجتماعيات لإجراء المقابلة الميدانية مع المبحوثين ، ولكن الباحثة الاجتماعية الجامعية المتعلمة تمارس عملها الذى تم تأهيلها له بصورة طبيعية ، هذا بخلاف المبحوثة الريفية البسيطة والتى تتحكم فيها عادات وتقاليد تحول دون قدرتها على المشاركة فى مثل هذه المقابلات والإدلاء برأيها بحرية فى مثل هذه القضايا العامة .

(ب) إن الذكور أكثر تعرضا للرسالة الإعلامية الدينية من الاناث ، وليس من الحكمة سؤال المرأة عن رأيها فى قضايا وموضوعات لا تتعرض لها بصورة كافية ، وهذا لا يمكنها فى أغلب الأحيان من الإدلاء برأى موضوعى حول هذه الأمور ، ويتأكد لنا ذلك من خلال :

- خطبة الجمعة فى المسجد والدروس الدينية ، التى تلقى فى المساجد أو فى الأماكن العامة ، فقلما نجد مسجدا بالريف مخصصا للنساء أو ترتاده المرأة الريفية ، كما أن صلاة الجمعة مفروضة على الذكور بحكم الشريعة الإسلامية وغير مفروضة على الاناث ، بالإضافة إلى ذلك فإن المرأة بصفة عامة لا تشارك الرجال

فى حضور الدروس الدينية فى المساجد والأماكن العامة ، وقلما يخصص لها دروس لتحقيق هذا الغرض ولاسيما فى القرية المصرية .

– إن الذكور يميلون بحكم وضعهم المميز فى القرية ، وارتفاع مستواهم التعليمى والثقافى بها إلى التعرض إلى الوسائل الإعلامية الدينية ، لأنها تعالج موضوعات ثقافية وقضايا فكرية تتطلب مقدرة ثقافية ، ومجهودا ذهنيا فى حين أن المرأة الريفية لم تنل حظها من التعليم شأنها فى ذلك شأن الرجل ، وهذا يحدد دائرة اتصالها بمصادر المعرفة بحكم ظروفها والعادات والتقاليد التى تتحكم فيها ، وقد أكدت الدراسة الميدانية التى أجراها الباحث إرتفاع معدل مستمعى ومشاهدى البرامج الدينية فى الراديو والتليفزيون لدى الذكور ، بنسبة تفوق المعدل المناظر لدى الإناث (١) .

– يمارس الرجل فى المنزل دورا مميزا ، فهو بمثابة قائد رأى Opinion Leader فى الأسرة الريفية ، فهو الذى يتولى ترشيد أسرته ، وصبغ الحياة فى بيته غالبا بالصبغة التى يراها صحيحة ، وبالعقيدة التى يعتنقها ، ومن هنا كان لابد أن تركز عليه الدراسة وتهتم به ، لأنه من خلال معرفة رأى الذكور يمكن بالتالى معرفة رأى الإناث غالبا ، لأنهن فى أغلب الأحيان يؤيدن الرأى الذى يؤيده أزواجهن ، وإلا لما أباح الإسلام للرجل المسلم زواج غير المسلمة من أهل الكتاب لأنه قادر على التأثير فيها وليس العكس ، وقد أكد كاتز ولازارسفيلد هذه الحقيقة بعد الدراسة التى أجرياها على حملة الانتخابات الأمريكية عام ١٩٤٠ وتبين لهما منها أن الزوجات يؤيدن المرشح الانتخابى الذى يؤيده أزواجهن ، وكان ذلك ضمن دراسة قاموا باجرائها على أثر عامل الاتصال الشخصى فى تغير الآراء (٢) .

سادسا : استمارة المقابلة : –

استغرق إعداد استمارة المقابلة فترة طويلة تجاوزت العام بين تجهيز وتجريب

---

(١) محى الدين عبد الحليم . الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى ، دراسة ميدانية فى الريف المصرى . المصدر السابق . ص ٢٧٤ ، ٢٨٧ ، ٤١٤ ، ٤١٧ .

(٢) Katz Elihu £ Lazarsfeld Paul : op-cit; P . 31- 32 .

وتعديل وإلغاء وإضافة ، وكان ذلك انطلاقا من الحرص على سلامة الخيوط الأولى التى ينسج منها البحث . وقد كان الباحث حريصا على أن يستعين ، إلى جانب قراءاته وإطلاعه على عدد من الدراسات المماثلة ، بذوى الخبرة والاختصاص فى مجال الدراسات الإجتماعية والإعلامية والميدانية ، ولم يفكر فى وضع اللمسات الأخيرة للاستمارة ، إلا بعد أن راجعها وأدلى برأيه ثم أقرها فى صيغتها النهائية عدد من الأساتذة والخبراء المختصين العاملين فى الجامعات المصرية ومراكز البحوث المعنية بأمر هذه الدراسات ، وبعد أن تم التوفيق بين مختلف الآراء والاتفاق على الشكل النهائى للاستمارة . تمت طباعتها . وتضمنت هذه الاستمارة حوالى مائة سؤال كى تغطى كافة جوانب الموضوع .

ولم يشأ الباحث أن يصوغ أسئلة الاستمارة بلغة عربية فصحى قد يشق على الريفيين فهمها ، كما أنه لم يصغ هذه الأسئلة بألفاظ عامية لا تتناسب ومضمون البحث ، ولكن تم وضع الأسئلة بلغة عربية سهلة التناول والفهم ، وقد تم استبعاد فكرة صياغة أسئلة الاستمارة بالألفاظ العامية للأسباب الثلاثة الآتية :

(أ) إن الإعلام الإسلامى يوجه عادة إلى الجماهير باللغة العربية ، من خلال وسائله المختلفة ، سواء خطب الجمعة ، أو الدروس الدينية ، أو الإذاعة والتليفزيون أو الصحف . أى أن الحد الأدنى المطلوب لكى يدرك المتلقى أى مقال أو برنامج أو خطبة أو درس دينى هو القدرة على فهم اللغة التى تصاغ بها هذه الموضوعات ، ذلك أن من ليست لديه القدرة على فهم هذه اللغة ، سيشق عليه فهم أى رسالة إعلامية دينية تحملها وسائل الاتصال الجمعى أو الجماهيرى ، وهى نفس اللغة التى تمت بها صياغة أسئلة الاستمارة .

(ب) يلجأ الباحثون إلى توضيح معانى بعض العبارات والكلمات التى

قد تكون غامضة على بعض المبحوثين فى غضون المقابلة الشخصية معهم ، وحتى وإن كانت مصاغة بعبارات وألفاظ عامية ، والباحث يدرك هذه الحقيقة من خلال خبرته الميدانية السابقة ، والسؤال الذى يفرض نفسه هنا هو ، لماذا إذن تم صياغة أسئلة الاستمارة بألفاظ عامية طالما أن الباحث الميدانى يلجأ إلى توضيح معانيها سواء تمت صياغتها بالعامية أو الفصحى ؟ ذلك أن المهم هنا هو صياغتها بأسلوب سهل التناول على المبحوثين قدر الإمكان .

(ج) أن تواجد المبحوثين فى مناطق متباعدة ، بلهجات محلية مختلفة ، قد يجعل من الصعب إعداد إستمارة واحدة لجميع هذه اللهجات ، فالثلث يقطن فى قلب الدلتا ، والثلث يعيش وسط الصعيد ، والثلث متاخم للعاصمة . وقد تختلف هذه المناطق فى فهم معانى أسئلة تصاغ بألفاظ محلية ، ولكن الاختلاف فى فهم ما تحمله اللغة الأم من معان وعبارات يعتبر أمرا غير محتمل .

اختبار استمارة المقابلة : —

وحرصا على سلامة المفاهيم ، والمعانى ، قام الباحث باختبار تجريبى Pre-test لاستمارة البحث ، عن طريق إجراء عدد من التجارب عليها فى مناطق ريفية مشابهة تماما للقرى التى أجريت فيها الدراسة فيما بعد ، للتأكد من أنها أصبحت فى متناول أفهام المبحوثين . وفى ضوء هذه الاختبارات أجريت بعض التعديلات على بعض الأسئلة ، وإضافة بدائل لأسئلة أخرى ، وبعد أن تم التأكد تماما من أن أسئلة الاستمارة أصبحت تناسب جميع المبحوثين ، وسوف تحقق الأهداف المرجوة للبحث ، تمت طباعة الأعداد المطلوبة منها وذلك بعد الحصول على موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، واستصدار القرار الوزارى رقم ٣٠٢ لسنة ١٩٧٧ متضمنا الموافقة على إجراء البحث .

سادساً : العمل الميدانى : —

استغرق العمل الميدانى لملء استمارة المقابلة واستكمال بياناتها حوالى ثلاثة

أشهر متصلة من عام ١٩٧٧ هى يولية ، أغسطس ، وسبتمبر . والواقع أن مرحلة العمل الميدانى هى من أشق المراحل التى واجهها الباحث ، وأن ما شاهده وعايشه فى الميدان إبان اللقاءات مع المبحوثين ، لجدير حقا بالتسجيل والتنويه به ؛ لولا أن المجال لا يتسع لذلك ، ويكفى ما لاقاه من المبحوثين الذين كان يسيطر على بعضهم علامات الخوف والريبة ، كما يسيطر على البعض الآخر عدم المبالاة ، ورفض التعاون مع الباحثين ، أو المبالغة فى القول وإخفاء الحقيقة ... إلخ .

ولكن يخفف من هذه المتاعب – فى الجانب الآخر – ما وجده الباحث من تقدير للمسئولية ، وحسن استقبال وكريم خلق لدى آخرين ، وهنا قد أجد الفرصة مواتية لتقديم الشكر للباحثين والباحثات الذين أسهموا فى العمل الميدانى وعانوا مع الباحث الكثير ، مما أفقدهم الأمل أحيانا ، وأصابهم بالأسى أحيانا أخرى من شدة ما لاقوه من عنت بعض المبحوثين .

المراجعة الميدانية والمكتبية :

إن المراجعة الميدانية لكل استمارة يتم ملؤها تفصيليا ، ثم المراجعة المكتبية لمجموع استمارات البحث فيما بعد والتى أخذها الباحث على عاتقه لا تقلان فى أهميتهما عن مطلبى الصدق والثبات للبيانات التى يتم جمعها من الميدان ، فكلتاهما تمثلان خيوط الثوب الأولى ، فإذا لم تكن هذه الخيوط على درجة كافية من المتانة والإحكام فى الصنع فإن هذا الثوب سوف يكون هشا سريع التلف . وهذا ما جعل اهتمام الباحث بالمراجعة بشقيها ، لا يقل عن اهتمامه بالأمانة والدقة فى جميع البيانات ، وقد كان الباحث يعاود المبحوث مرة أخرى إذا وجد نقصا يود استكماله لبعض البيانات ، وكان يسقط من حسابه أى استمارة يكشف عدم الصدق فى بياناتها ويستبدلها بأخرى مع مبحوث آخر .

سابعاً : تفريغ البيانات وعمل الجداول ، وإجراء المعاملات الإحصائية :

وهى مرحلة طويلة ومضنية وتحتاج إلى الصبر والدقة والخبرة الواسعة بهذه العمليات ، ولن يدعى الباحث علما واسعا وقدرة على تطويع المعاملات الإحصائية

لخدمة البحث ، ولكن معلوماته فى هذا الميدان متواضعة على الرغم من عشقه للإحصاء وإيمانه بأهميتها البالغة ، وعلى الرغم من خبرته فى العمل بها ، إلا أنها خبرة محدودة على أى حال ، وقد تطلب هذا بالتالى الاستعانة بالحاسب الآلى ، أو ببعض الباحثين ذوى الخبرة والاختصاص ، فاتفق على الاستعانة بعدد من الضاربين فى حقل البحوث الإحصائية فى ميدان الإعلام ؛ من العاملين فى بحوث الإذاعة والتليفزيون ، والاستفادة بخبراتهم فى إجراء المعاملات الإحصائية . وكان على الباحث أن يعيش معهم خطوة خطوة أخذا وعطاء ومراجعة أثناء ميلاد كل رقم من هذه الأرقام التى ولدتها الدراسة ، وإمعانا فى ضمان صحة هذه البيانات تمت الاستعانة بآخرين للمشاركة فى مراجعة هذه المعاملات الإحصائية ، وقد تطلب ذلك جهدا آخر مضاعفا ، ولم ير الباحث أى غضاضة فى الاستعانة برجال البحوث الإحصائية ، لأن عملهم ينحصر فيما كان سيقوم به الحاسب الإلكترونى ، طالما أن الباحث هو الذى يحدد المطلوب ، ويرفض غير ذلك ، ويطلب الإضافة ويشارك بعد ذلك فى هذا العمل ويراجع ما تم انجازه أولا بأول .

ثامناً : تحليل البيانات واستخلاص النتائج : –

وهى من أهم المراحل جميعها ، ففيها تتركز محصلة كل الجهود السابق ذكرها وربط الأسباب بالنتائج ، واستخلاص الحقائق ، وتعميم النتائج مع التطبيق على الواقع الذى يعيشه مجتمعنا ، ولسنا فى حاجة إلى ذكر العمل الدءوب الذى جاوز العام مع التفرغ الكامل له تقريباً .

المبحث الثانى

نتائج الدراسة

تأخذ الدراسة فى هذا المبحث على عاتقها تقديم عرض مجمل لنتائج الدراسة الميدانية ، التى تم إجراؤها جول تأثير الإعلام الإسلامى على الرأى العام فى

القرية المصرية ، وتشتمل هذه الدراسة على الجوانب التالية :

١ - تقويم لدور وسائل الإعلام العامة فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى .

٢ - موقف الرأى العام من وسائل ، ورسائل الإعلام الإسلامى .

٣ - دور خطبة الجمعة فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى .

٤ - الإعلام الإسلامى والقضايا العصرية .

٥ - دور الإعلام الإسلامى فى تصحيح المعتقدات الخاطئة .

٦ - دور الإعلام الإسلامى فى إقناع الرأى العام بأداء فرائض الإسلام .

تقويم لدور وسائل الإعلام العامة فى حقل الإعلام الإسلامى :

١ - كشفت الدراسة عن ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث (الإذاعة والتليفزيون والصحف) فى مناطق البحث الثلاث ، وتأتى الإذاعة على رأس هذه الوسائل ، إذا بلغت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو بين مجموعة الدراسة ٩٠,٢٪ وجاء التليفزيون بعد ذلك بنسبة ٦٧٪ ، ثم كانت نسبة من يقرءون الصحف ٥٨,٨٪ . وتشير هذه النتائج إلى القدرة الهائلة التى تستطيع هذه الوسائل أن تسهم بها فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى إذا أعدت لذلك الخطط العلمية وتم التنسيق بينها لتحقيق الهدف المشترك ، وتضافرت الجهود وصدقت النيات لتحقيق التكامل وسد الثغرات والاستفادة من كل وسيلة بالقدر الذى تستطيع أن تقدمه حسب طبيعتها وطاقاتها .

٢ - على الرغم من ارتفاع معدلات التعرض لهذه الوسائل بين الرأى العام فى قرى البحث ، إلا أن هذا التعرض يغلب عليه الاستماع والمشاهدة والقراءة غير المنتظمة للإذاعة والتليفزيون والصحف ، إذ بلغ معدل الذين يستمعون إلى الراديو بانتظام ٥٣,٢٪ ، ومعدل مشاهدى التليفزيون بانتظام ١٥,٧٪ ، وحققت القراءة المنتظمة للصحف ٢٥,٥٪ من جملة أفراد العينة .

ونظرا لأهمية المتابعة المنتظمة للبرامج الدينية من خلال هذه الوسائل العامة ، والتى تبثها بشكل مباشر أو غير مباشر ، فإن هذا يتطلب ضرورة تهيئة المناخ المناسب لتحقيق ذلك ، سواء عن طريق رفع معدلات التمليك لأجهزة الراديو والتليفزيون ، أو نشر مراكز عامة فى القرى لهذه الوسائل للاستماع والمشاهدة والقراءة المجانية .

٣ – يتوقف نجاح الخطط الإعلامية الإسلامية – شأنها فى ذلك شأن الخطط الإعلامية غير الدينية – على تحديد جماهير كل وسيلة من وسائل الإعلام التى يستعان بها لتحقيق رسالة الإعلام الإسلامى ، حتى يمكن بالتالى استكشاف مجالات عملها بين الرأى العام ، الذى تهدف أساسا إلى التأثير فيه وتوجيهه الوجهة المناسبة .

وقد كشفت الدراسة عن وجود عدد من العوامل التى تحدد خصائص جماهير كل وسيلة من وسائل الإعلام الثلاث على النحو التالى :

(أ) اتضح من هذه الدراسة أنه توجد علاقة عكسية بين عامل السن ومعدلات التعرض لهذه الوسائل الإعلامية الثلاث ، حيث يرتفع نسبة الذين يتعرضون لها كلما انخفضت الفئات العمرية ، وتنخفض كلما ازدادت متوسطات الأعمار ، أى أن ذوى الأعمار الصغيرة أكثر إقبالا على التعرض لهذه الوسائل الإعلامية من ذوى الأعمار الكبيرة .

(ب) أسفرت النتائج عن وجود علاقة طردية بين العامل التعليمى ومعدلات التعرض لهذه الوسائل الثلاث ، إذ يرتفع معدل التعرض لهذه الوسائل كلما ارتفع المستوى التعليمى ، أى أن جماهير هذه الوسائل تزداد نسبتها بزيادة نسبة التعليم .

(ج) قد يؤثر ارتفاع أو انخفاض معدل التعرض لإحدى وسائل الاتصال الجماهيرى فى زيادة أو نقص معدلات التعرض لوسيلة أخرى ، ذلك أن الدراسة قد كشفت عن أنه بزيادة معدل المشاهدة التليفزيونية يرتفع بالتالى معدل الاستماع

للراديو ، ذلك أن التليفزيون يؤدى دورا مؤيدا ومدعما للاستماع الإذاعى ولم يقلل من شأنه أو يصرف الرأى العام عنه ولكنه يكمله .

كما أفادت الدراسة أن معدل الاستماع للراديو يرتفع بانخفاض معدل قراءة الصحف ، حيث يزداد نسبة مستمعى الراديو بين من لا يقرءون الصحف ، وتنخفض نسبة من يستمعون إلى الراديو بين من يقرءون الصحف ، أى أنه بازدياد معدل قراءة الصحف ينخفض معدل الاستماع للراديو .

(د) يأتى عامل الملكية على رأس الأسباب التى ترفع أو تخفض من معدل التعرض لوسيلتى الراديو والتليفزيون ، حيث يرتفع معدل التعرض للراديو نظرا لارتفاع معدلات ملكية أجهزة الاستقبال ، نظرا لأن ملكية أجهزة الراديو تنتشر لتغطى مختلف مستويات الدخول ، فقد كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة بين معدل ملكية أجهزة الراديو والدخل ، وذلك بسبب رخص أسعار أجهزة الراديو مما يجعله فى متناول مختلف فئات الدخل .

أما الصحف فينخفض معدل التعرض لها عن المعدل المناظر لكل من الراديو والتليفزيون بسبب ارتفاع نسبة الأمية بين عينة الدراسة ، وتأسيساً على ذلك فإن جماهير الأميين تسقط من حساب خطط الإعلام الصحفى ، ويعتقد الباحث أن العامل الاقتصادى كان سيأتى على رأس أسباب انخفاض معدلات التعرض للصحف إذا نحينا عامل الأمية جانبا .

٤ – أصبح المنزل هو المكان الرئيسى والمفضل للاستماع للراديو بين جماهير الريفيين ، ولم تعد الأماكن العامة أو منازل العمد والجيران مناطق جذب يمارس فيها الاستماع الإذاعى بين الريفيين ، ولكن هذه الظاهرة أخذت تتلاشى بين أبناء الريف بازدياد معدلات ملكية أجهزة الراديو ، وتوافر هذه الأجهزة بالتالى فى منازل الريفيين ، وهذا بالتالى يقلص من نفوذ قادة الرأى ، ويقلل من الدور المؤثر الذى كانوا يلعبونه فى توصيل الرسالة الإعلامية الإذاعية إلى الناس فى القرية ، ولكن عادة

التعرض الجماعى تبرز فى حالة التليفزيون ، حيث تلعب أماكن تجمع الريفيين دورا بارزا فى المشاهدة التليفزيونية ، نظرا لعدم توافره فى المنازل ، إذ بلغت نسبة الذين يشاهدون التليفزيون فى المنزل ٢٨,٩٪ مقابل ٧١,١٪ يشاهدونه فى مناطق التجمع الريفية ، بعكس الراديو الذى يبلغ معدل الاستماع إليه فى المنزل ٧٢,٩٪ مقابل ٢٧,١٪ يستمعون إليه فى أماكن التجمع ، وهذا يشير إلى الدور الذى يمكن أن يلعبه قادة الرأى فى الإعلام التليفزيونى ، كما يشير إلى أهمية الأماكن العامة فى رفع معدل مشاهدة التليفزيون .

ثانياً : موقف الرأى العام من وسائل ورسائل الإعلام الإسلامى :

١ - كشفت الدراسة عن ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام العامة عن معدلات التعرض لوسائل الإعلام الدينية المتخصصة ، فقد ارتفع معدل التعرض للصحف العامة عن المعدل المناظر للمجلات الدينية المتخصصة كما ارتفع معدل التعرض للبرنامج العام فى الإذاعة عن المعدل المناظر لمحطة القرآن الكريم .

٢ - أسفرت الدراسة عن وجود علاقة وثيقة بين سعة انتشار الوسيلة الإعلامية وقدرتها على تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى ، فكلما ارتفع معدل التعرض للوسيلة الإعلامية ، كلما تفوقت فى قدرتها على توصيل رسالة الإعلام الإسلامى . إلا أن هذا لا يقلل من قدرة الوسائل الإعلامية الدينية المتخصصة التى يتعرض لها عادة الجماهير التى تسعى عن قصد لقراءتها أو الاستماع إليها أو مشاهدتها .

٣ - جاء القرآن الكريم والبرامج الدينية على رأس جميع البرامج المفضلة فى الإذاعة والتليفزيون بصفة عامة ، كما احتلت الموضوعات الدينية المرتبة الثانية بين مختلف الموضوعات المفضلة فى الصحف العامة ، وهذا يشير إلى الوضع المميز الذى تحتله الرسالة الإعلامية الدينية بين مختلف البرامج والفقرات والموضوعات الأخرى لدى الرأى العام فى وسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث .

٤ – حول خصائص جماهير القرآن الكريم والبرامج والموضوعات الدينية فى الإذاعة والتليفزيون والصحف اتضح ما يلى :

(أ) يرتفع معدل الإقبال على الرسالة الإعلامية الدينية التى تحملها الوسائل الثلاث بارتفاع المستوى التعليمى ، حيث يزداد الإقبال على الاستماع إلى القرآن الكريم والبرامج والفقرات الدينية فى الإذاعة والتليفزيون وكذلك الموضوعات الدينية فى الصحف كلما ارتفع المستوى التعليمى .

(ب) ينخفض معدل الإقبال على القرآن الكريم والبرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون لدى ذوى الأعمار الكبيرة ، ويرتفع هذا المعدل لدى ذوى فئات السن الصغيرة ، فى حين لا توجد علاقة بين التعرض للموضوعات الدينية فى الصحف وعامل السن ، أى أن عامل السن لا يؤثر تأثيرا عكسيا أو طرديا فى معدل قراءة الموضوعات الدينية فى الصحف ، حيث تتذبذب نسب الذين يقرءون هذه الموضوعات فى الصحف صعودا وهبوطا دون وجود اتجاه ثابت لذلك .

(ج) لم تسفر نتائج البحث عن وجود علاقة بين معدلات التعرض للقرآن الكريم والبرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون والصحف والحالة الاجتماعية ، حيث لا يوجد تأثير للحالة الاجتماعية فى معدلات التعرض للإعلام الإسلامى من خلال هذه الوسائل الثلاث صعودا أو هبوطا .

٥ – تفضل الغالبية العظمى من المبحوثين الطريقة المجودة فى قراءة القرآن الكريم سواء عن طريق الراديو أو التليفزيون ، على الطريقة المرتلة أى أن اللحن والأداء وصوت القارىء يلعب دورا مؤثرا فى رفع معدل التعرض للقرآن الكريم سواء من الراديو أو التليفزيون .

٦ – تبين من الدراسة أن الغالبية العظمى من المبحوثين ترى أن الإعلام الإسلامى فى الإذاعة والتليفزيون والصحف يلعب دورا مؤثرا وفعالا فى مجال العبادات والمعاملات وكذلك فى مجال التثقيف الدينى .

٧ – اتضح من الدراسة أن الراديو والتليفزيون يقدمان برامجهما الدينية بلغة فى متناول الغالبية العظمى من المبحوثين ، إلا أن معدل فهم واستيعاب هذه البرامج يزداد كلما ارتفع المستوى التعليمى .

٨ – جاء الحديث الدينى على رأس الصور التى يفضل المبحوثون سماعها من خلال البرامج الدينية فى الإذاعة ، يليه الندوة الدينية ، فالخطبة ، فالتمثيلية الدينية ، فالأغنية الدينية . فى حين جاءت الندوة فى مقدمة الأشكال التى يفضل المبحوثون مشاهدتها من خلال البرامج الدينية فى التليفزيون ، تلاها الحديث الدينى ، فالتمثيلية الدينية ، فالخطبة الدينية ، فالأغنية الدينية .

٩ – جاء الاقتراح الخاص بزيادة كمية المعروض من البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون على رأس المقترحات التى طرحها الرأى العام فى قرى البحث الثلاث لتطوير البرامج الدينية ، ثم تلاه الاقتراح الخاص بأن تعالج هذه البرامج قضايا المجتمع المعاصرة ، فاقتراح بتعديل أوقات إذاعاتها ، ثم الاقتراح الخاص بتيسير لغة الحديث بها .

١٠ – أفادت الغالبية العظمى من المبحوثون أنهم يفضلون أن يستمعوا ويشاهدوا البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون مستقلة وبشكل مباشر غير ممزوجة بموضوعات وقضايا أخرى عامة .

١١ – جاء ضيق الوقت وارتفاع أسعار المجلات الدينية على رأس الأسباب التى تحول دون متابعة قراءتها بين من يعرفون القراءة والكتابة . وحول مقترحات تطوير هذه المجلات ، جاء الاقتراح الخاص بأن تعالج المجلات الدينية قضايا المجتمع المعاصرة فى مقدمة هذه المقترحات ، تلاه الاقتراح الخاص بتبسيط أسلوبها ، ثم اقتراح بتطوير شكلها .

١٢ – جاءت الاستزادة من المعرفة الدينية فى مقدمة دوافع الإقبال على التعرض للقرآن الكريم فى الإذاعة والتليفزيون ، ولم ترتبط هذه الرغبة بمستوى

تعليمى معين ؛ ولكن هذا الدافع أيدته مختلف المستويات التعليمية بمعدلات غير متفاوته تفاوتا طرديا أو عكسيا .

١٣ – كشفت الدراسة عن الدور المؤثر الكبير الذى تلعبه الأغنية الدينية لتحقيق رسالة الإعلام الإسلامى فى الراديو والتليفزيون ، حيث يرتفع معدل الإقبال عليها بصورة كبيرة ، إذ بلغت نسبة مستمعها فى الراديو ٨٦٪ ، وفى التليفزيون ٧٩,٢٪ ، والأغنية الدينية هى شكل متطور للقصيدة الشعرية التى أسهمت بشكل فعال فى نشر الدعوة الإسلامية والذود عنها منذ عهد الرسول ﷺ .

وحققت الأغنية الدينية معدلا كبيرا من جملة مستمعى ومشاهدى الراديو والتليفزيون فى قرية البحث بأسيوط ، يفوق المعدل المناظر فى كل من الجيزة والمنوفية بنسبة كبيرة .

كما أسفرت الدراسة عن ارتفاع معدل التعرض للأغانى الدينية بين الأميين ذوى المستويات التعليمية المنخفضة عنها بين المستويات التعليمية الأعلى .

١٤ – أوضحت النتائج تفوق الراديو على التليفزيون فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى ، وجاءت الصحف فى المرتبة الثالثة محرزة معدلا ضئيلا . جاء ذلك من خلال استطلاع اتجاهات الرأى العام نحو أفضل وسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث التى يفضل المبحوثون استقاء معلوماتهم الدينية منها ، وذكر حوالى ربع المبحوثين أنهم لا يميزون بين وسيلة وأخرى لتلقى معلوماتهم الدينية منها ، ولكنهم يفضلون التعرض للبرامج والموضوعات الدينية من الوسائل الثلاث دون تمييز .

١٥ – جاء القرآن الكريم فى مقدمة البرامج والفقرات الدينية التى يفضلها الرأى العام فى وسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث ، تلاه الندوات الدينية ، فبرنامج التفسير والتحليل ، فالمقالات الدينية ، وفى النهاية جاءت الأخبار الدينية فى مؤخرة هذه البرامج والفقرات والموضوعات الدينية المفضلة فى كل من الإذاعة والتليفزيون والصحافة .

١٦ – تصدر برنامج نور على نور جميع البرامج الدينية المفضلة فى التليفزيون ، فى حين تصدر حديث الصباح جميع البرامج الدينية المفضلة فى الإذاعة ، والأول يقدم فى شكل ندوة يدعى لها كبار رجال الفكر الدينى ، ويتم فيها النقاش وتبادل الآراء فى اتجاهين ، والثانى يتناول موضوعا محببا إلى الجماهير يعالج مشكلة دينية ويذاع فى وقت مناسب ويحتل وقتا محدودا يبلغ خمس دقائق كل صباح .

١٧ – احتل قارئو القرآن الكريم المرتبة الأولى بين الشخصيات الدينية المفضلة فى الراديو أثناء إجراء البحث ، تلاهم الشيخ محمد متولى الشعراوى ، فالمرحوم الشيخ عبد الحليم محمود شيخ الجامع الأزهر آنذاك ، فالدكتور مصطفى محمود ، فالشيخ محمد خاطر مفتى جمهورية مصر العربية فى ذلك الحين ، فالشيخ أحمد حسن الباقورى .

وفى حين احتل الشيخ محمد متولى الشعرواى المرتبة الأولى بين الشخصيات المفضلة فى التليفزيون ، تلاه الإذاعى أحمد فراج ، فالشيخ عبد الحليم محمود شيخ الجامع الأزهر آنذاك ، فالدكتور مصطفى محمود ، فالشيخ محمد خاطر مفتى جمهورية مصر العربية فى ذلك الحين ، فالشيخ أحمد حسن الباقورى .

ثالثاً : دور خطبة الجمعة فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى : –

١ – كشفت الدراسة عن الدور المؤثر الذى يمكن أن تلعبه خطبة الجمعة فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى ، إذ بلغت نسبة الذين ذكروا أنهم يؤدون صلاة الجمعة فى المسجد بصفة دائمة ومنتظمة ، وبالتالى يتعرضون لخطبة الجمعة ٧٦,٥٪ من جملة أفراد العينة ، وتزداد أهمية خطبة الجمعة كواحدة من أبرز وسائل الإعلام الدينى ، وأكثرها تأثيرا فى الرأى العام ، إذا أدركنا المميزات الإعلامية التى يتميز بها فن الخطابة ، إضافة إلى المناخ النفسى الذى يجتمع فيه

المسلمون فى مكان واحد تجمعهم عقيدة راسخة واحدة ؛ يحدوهم هدف واحد هو الانصياع وإسلام الوجوه لله تعالى عن طريق عبادته وحده ؛ وإطاعة أوامره التى يلقيها عليهم خطيب المسجد .

٢ - خلصت النتائج حول الخصائص المميزة لجماهير خطبة الجمعة إلى ما يلى :

(أ) لم تكشف الدراسة عن وجود علاقة تذكر بين العامل التعليمى ومعدلات التعرض لخطبة الجمعة ، حيث تتذبذب هذه المعدلات صعودا وهبوطا بين مختلف المستويات التعليمية دون اتجاه ثابت يعول عليه ، أى أن جماهير خطبة الجمعة ليست لهم خصائص تعليمية معينة ، ويرجع ذلك إلى أن التعرض لخطبة الجمعة مرتبط بأداء صلاة الجمعة ذاتها ، والدافع لأداء هذه الفريضة هو العقيدة بغض النظر عن درجة التعليم .

(ب) إلا أن الدراسة هنا كشفت عن ارتفاع معدلات التعرض لخطبة الجمعة بارتفاع متوسطات الأعمار ، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع معدل أداء صلاة الجمعة نفسها لدى الفئات العمرية الكبيرة ، ذلك أن كبار السن أكثر ميلا إلى أداء العبادات من ذوى الأعمار الصغيرة ، وتأتى هذه النتيجة مخالفة للنتائج السابقة حول ارتفاع معدلات التعرض للقرآن الكريم والبرامج والموضوعات الدينية فى الإذاعة والتليفزيون والصحف لدى الفئات العمرية الصغيرة ، ويرجع ذلك إلى أن التعرض لهذه البرامج والموضوعات من وسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث ليس فرضا كفرض الصلاة ، وقد يكون الدافع إليه دافعا ثقافيا لا دينيا .

(ج) وجاءت النتائج أيضاً تؤيد وجود علاقة وثيقة بين الحالة الزواجية ومعدل التعرض لخطبة الجمعة ، حيث ارتفع هذا المعدل بين المتزوجين بفارق نسبى كبير

عن المعدل المناظر بين غير المتزوجين ذلك أن المتزوج قد أكمل دينه ، وعليه أن يعمل كل ما من شأنه ابتغاء مرضاة الله فحسابه عند الله أشد وعقوبته أكبر من غير المتزوجين .

٣ – ذكرت الغالبية العظمى من المبحوثين الذين يواظبون على حضور خطبة الجمعة أن التركيز فى موضوعات الخطبة يتوجه بشكل رئيسى إلى العبادات ، ثم المعاملات بين الناس ، ثم المشاكل الحالية للمجتمع ، ثم تأتى قصص البطولات فى الإسلام فى المقام الأخير .

٤ – أفادت الغالبية العظمى من المبحوثين أن خطيب المسجد يؤثر فيهم . ولم ترتبط معدلات التأثير بالمستويات التعليمية صعودا أو هبوطا ، ولكن درجات التأثير تأتى متفاوتة بين جميع الفئات التعليمية ، ذلك أن موضوع الخطبة يهم الجميع .

٥ – جاءت دعوة كبار الخطباء والوعاظ لإلقاء خطبة الجمعة على رأس المقترحات التى طرحها الرأى العام لتطوير خطبة الجمعة ، ثم جاء الاقتراح الخاص بتبادل خطباء المساجد على مستوى الوطن فى المرتبة الثانية ، وفى المرتبة الثالثة جاء الاقتراح الخاص بتبسيط لغة الخطبة لإمكان استيعابها كاملا ، ثم الاقتراح بأن تتناول خطبة الجمعة القضايا الدينية بأسلوب معاصر ، وفى المرتبة الخامسة جاء اختيار خطباء المساجد حسب مستويات الجماهير فى كل مجتمع .

٦ – لم تكشف الدراسة على أن الراديو والتليفزيون يسهمان بدور يذكر فى الإعلام بخطبة الجمعة نظرا لتواجد الناس فى تلك الفترة فى المساجد ، وحتى معظم الذين أفادوا أنهم يستمعون إلى خطبة الجمعة عن طريق الراديو والتليفزيون أرجعوا ذلك إلى أسباب خارجة عن إرادتهم مثل انشغالهم الدائم وقت صلاة الجمعة ، وظروف المرض والسفر ، وذلك على الرغم من أن بعضهم أرجع ذلك إلى أن الراديو يقدم لهم خطبة جيدة .

٧ – تساهم الندوات والدروس الدينية بنصيب كبير فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى .

٨ - لم يعثر الباحث على تأثير ملموس للعامل التعليمى فى معدل التعرض للندوات والدروس الدينية ، على الرغم من أن نسبة التعرض لهذه الندوات والدروس مالت إلى الزيادة لدى المستويات التعليمية العليا .

٩ - أفاد ٨٢,٢٪ من إجمالى المبحوثين الذين يشهدون الندوات والدروس الدينية أنهم يحضرونها فى المسجد ، وجاء ذلك على رأس الأماكن المضلة لهذه الندوات والدروس ، تلاه منازل الأعيان والمشايخ فى القرية ، ثم نادى القرية .

١٠ - جاءت الفترة الواقعة بعد صلاة الجمعة على رأس الفترات المفضلة لحضور هذه الندوات والدروس ، تلتها الفترة الواقعة بعد صلاة المغرب ، فالفترة الواقعة بعد صلاة العشاء ، أما فترة ما بعد صلاة الفجر فقد أحرزت أدنى المعدلات .

١١ - باستطلاع آراء الذين يحجمون عن حضور الندوات والدروس الدينية عن أسباب هذا الاحجام أفاد ٥٣,٢٪ من هؤلاء أنهم لا يعلمون شيئا عن هذه الندوات والدروس ، ثم جاء عدم توافر الوقت فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٨٪ ، وفى المرتبة الثالثة ذكر ٤,٣٪ أن هذه الندوات لا تفيدهم فى شئ ، ثم أجاب ٣٪ أن موضوعات الندوات مملة ومكررة .

رابعاً : الإعلام الإسلامى والقضايا العصرية : -

تختلف الأمم والشعوب فى تناولها لقضايا العصر ، والمشكلات التى نتجت عنه باختلاف المفاهيم والضوابط التى تحكم نظرتها إلى هذه القضايا والمشكلات ، ذلك أن بعض هذه الشعوب يدرك هذه القضايا والمشكلات بصورة تختلف عن الشعوب الأخرى . وتنطلق بعض المجتمعات فى فهمها لمتغيرات العصر من منطلق مادى واقعى بحت ، وتضع خططا عملية وضوابط تلتزم بها لمواجهة هذه المتغيرات التى يفجرها العصر الحديث .

ومن هذه الشعوب من يتشبث بعادات وتقاليد ، أو مذاهب وديانات معينة تحكم نظرته لهذه المتغيرات بغض النظر عن الآثار المدمرة التى تنجم عن

التشبث بهذه العادات والتقاليد ، وبين هذا وذاك مستويات مختلفة من الشعوب التى يختلف فهمها وتناولها لمشكلات العصر وقضاياه باختلاف المفاهيم التى تسود فى هذا المجتمع أو ذاك .

والدين هو أحد العناصر الهامة والرئيسية التى تسهم فى تشكيل الرأى العام فى العديد من المجتمعات ، وإذا استعرضنا التاريخ المصرى قديمه ، ووسيطه ، وحديثه ، نجد أن الدين يكاد يكون أهم هذه العناصر جميعها .

ولقد أدرك الكثير من الحكام والقادة الذين تولوا على حكم الديار المصرية هذه الحقيقة واستثمروها لإرساء نظم حكمهم وتثبيته واسباغ الشرعية عليه ، ولقد رأينا أن حاكما غازيا مثل نابليون بونابرت قد سخر كثيرا من رجاله لدراسة المفاهيم الدينية لإقناع الرأى العام فى مصر بأحقيته فى حكم البلاد ، وبالأهداف النبيلة التى جاء من أجلها . كما أن حاكما آخر مثل محمد على قد استغل العامل الدينى الذى اكتشف قوة تأثيره فى نفوس أبناء الشعب المصرى ، ونجح فى كسب رجال الدين إلى جانبه حتى نصبوه حاكما على مصر ؛ ثم أطاح بهم بعد أن حقق أهدافه ، وظل يحكم البلاد هو وأبناؤه من بعده ما يربو على قرن ونصف من الزمان (١٨٠٥ - ١٩٥٢) .

ويعتقد الباحث أن أهم العوامل التى تحكم نظرة المجتمع إلى متغيرات العصر ، والتى ينطلق منها لاتخاذ موقف معين من القضايا والمشكلات سلبا وايجابا هو العامل الدينى .

وكثيرا ما كانت تقف أجهزة الإعلام الإسلامى فى مصر من ذلك موقفا سلبيا على الرغم من أن بعض هذه المشكلات تهدد أمن الوطن ، بل وتنذر بكوارث مدمرة لمستقبل الأجيال اللاحقة ، حتى وإن كانت من علامات الخطر البادية فى الأفق . وهذه المشكلات يتحمل الإعلام الإسلامى مسئولية الأخطار التى قد تنجم عنها لأنه لم يؤد الدور المنوط به نحوها .

ولقد اختار الباحث من هذه القضايا العصرية ثلاث قضايا تعتبر من أكثر القضايا التى شغلت الرأى العام فى الآونة الأخيرة ، هى قضية منح المرأة حقوقها التى أقرتها الشريعة الإسلامية ، وهى : حقها فى التعليم ، وحقها فى العمل ، وحقها فى اختيار شريك حياتها .

الإعلام الدينى وحقوق المرأة فى المجتمع المصرى المعاصر :

وقع اختيار الباحث على قضية شغلت الرأى العام فى مصر : فى الآونة الأخيرة ، ومازالت تثير جدلا ونقاشا حادا بين الجماهير ، وذلك على الرغم من مرور فترة غير قصيرة على طرح هذه القضية على بساط البحث ، وهى قضية منح المرأة حقوقا مساوية لحقوق الرجل ، وهى إحدى القضايا البارزة التى فجرها العصر الحديث فى مصر ، وتركت آثارا عميقة على مختلف جوانب الحياة المعاصرة بها ، على الرغم من حصول المرأة على جميع حقوقها تقريبا ، وأصبحت هذه الحقوق من البديهات التى فرضت نفسها على الحياة العصرية ، إلا أنه ما زال البعض يعتبر ذلك تجاوزا لحدود الدين الإسلامى ، الذى وضع إطارا معينا لنشاط المرأة فى المجتمعات الإسلامية ، ويرى البعض الآخر أن الأطفال والزوج والبيت كانوا الضحية الأولى لهذه الحقوق . فى حين يعتقد البعض الآخر أن المرأة مظلومة ، وما هذه الحقوق إلا بمثابة أعباء إضافية أنهكتها وأرهقتها وهى تستنزف قواها وتؤثر على أنوثتها التى ميزها الله بها .. بينما يرى الآخرون أن المرأة لم تحصل على سائر حقوقها المفروضة بل يجب منحها كل الحقوق التى انفرد بها الرجل ردحا طويلا من الزمان لكى تساهم بفعالية فى صياغة الحياة على أرض مصر طالما أنها تمثل نصف المجتمع .

وقد تركت هذه الآراء وتلك المناقشات ردود فعل مختلفة فى دوائر الرأى العام ، ولاسيما فى القرية المصرية التى مازالت تحكمها عادات وتقاليد معينة ، ونظرة خاصة للمرأة . وكان موقف الدين ورجاله من أهم العوامل التى بنيت عليها معظم

الآراء ، واستندت إليها أغلب المناقشات ، وانعكس ذلك بدوره على الإعلام الإسلامى من خلال وسائل الاتصال المختلفة ، بل أصبحت هذه القضية من أهم قضايا الإعلام الإسلامى الاجتماعية .

وقد اختار الباحث ثلاثة من هذه الحقوق التى أعطتها الشريعة الإسلامية للمرأة ، ولم تنكر عليها هذه الحقوق ، لقياس إتجاهات الرأى العام نحوها وأثر الإعلام الإسلامى على الجماهير بشأنها . وهى حق المرأة فى التعليم ، وحقها فى العمل ، وحقها فى اختيار شريك الحياة .

وهذه الحقوق الثلاثة قد أباحتها الشريعة الإسلامية للمرأة ، وهى لا تتعارض مع الإسلام فى شئ ، وسوف نثبت ذلك من خلال الأدلة والبراهين الدينية بشأن كل واحد من هذه الحقوق ، ذلك أنه باستعراض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية والمواقف الإسلامية المختلفة لم نعثر على ما يفيد أن الإسلام قد حرم المرأة حق التعليم ؛ أو حق العمل ؛ أو حق اختيار شريك الحياة .

(أ) الإسلام وتعليم المرأة :

لقد شغل العلم والتعليم اهتمام النبى ﷺ طوال حياته ، وكان أشد ما يكون حرصا على تعليم أمته ، لا يفرق فى ذلك بين رجل وامرأة حتى أنه ﷺ كان يخصص مجالس للنساء على غرار مجالس الرجال يعلمهن فيها ما علمه الله ، وكيف لا وهو الذى جعل طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة ، فقال ﷺ فى حديثه الشريف : « طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة » ، وأكد الفقهاء أنه كان يقصد من ذلك الرجال والنساء على السواء ، وكان حريصا على محو أمية الأميين من أبناء أمته ، وتعليمهم ما لا يعلمون ، وقال سبحانه وتعالى فى ذلك : هو الذى بعث فى الأميين رسولا منهم يتلو عليهم آياته ويزكيهم ويعلمهم الكتاب والحكمة » [1] ، وقد مدح الله العلم وكرم أهله فى كثير من آياته منها على

(١) سورة الجمعة : آية رقم (٢) .

سبيل المثال ما ذكره فى سورة فاطر : « إنما يخشى الله من عباده العلماء » (١) ، وقال رسول الله ﷺ : « فضل المؤمن العالم على المؤمن العابد سبعين درجة بين كل درجتين كما بين السماء والأرض » (٢) .

وفى هذا يقول محمد رشيد رضا : « إن النساء قد اشتركن مع الرجال فى اقتباس العلم بهداية الإسلام فكان منهن راويات للأحاديث النبوية والآثار ، يرويه عنهن الرجال ، والأديبات والشاعرات والمصنفات فى العلوم والفنون المختلفة ، وقد كانت أمهات المسلمين بمثابة معلمات للنساء ومفتيات لهن ، بل كان الرجال حتى الخلفاء يرجعون إليهن فيما يستشكل عليهم من بعض الأحكام الشرعية ولاسيما أم المؤمنين عائشة رضى الله عنها (٣) .

(ب) الإسلام وحق المرأة فى العمل :

لم يمنع الإسلام المرأة من ممارسة حقها فى العمل ، والمساهمة فى النشاط الاقتصادى للمجتمع الإسلامى ، ولم نذهب بعيدا ؟ فقد كانت السيدة خديجة أم المؤمنين وأولى زوجات الرسول ﷺ تمارس النشاط التجارى ، وكان الرسول ﷺ يعمل فى تجارتها قبل زواجه منها . ثم إن الإسلام قد شرع حق المرأة فى الميراث كما شرعه للرجل ، والتوريث هنا يشتمل على كل ما تركه الوالدان والأقربون سواء كانت أرضا زراعية ، أو محلات تجارية أو مصانع ، فقال عز وعلا : « للرجال نصيب مما ترك الوالدان والأقربون ، وللنساء نصيب مما ترك الوالدان والأقربون مما قل منه أو كثر نصيبا مفروضا » (٤) ، وقال سبحانه وتعالى : « يوصيكم الله فى أولادكم للذكر مثل حظ الأنثيين » (٥) .

---

(١) سورة فاطر : آية رقم (٢٨) .
(٢) السيوطى . السراج المنير . ص ٣١ .
(٣) محمد رشيد رضا . حقوق النساء . ص ١٣ .
(٤) سورة النساء : آية رقم (٧) .
(٥) سورة النساء : آية رقم (١١) .

وإباحة حق المرأة فى الميراث يعنى إعطاءها الحق فى العمل وممارسة النشاط الاقتصادى على مختلف المستويات ، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر .

ويؤكد الدكتور محمد البهى حق المرأة فى التجارة والوظيفة وغير ذلك من مختلف أوجه النشاط التى تمارسها قياسا على حقها فى الميراث والمهر (١) ، فإذا كانت الشريعة الإسلامية قد أعطتها حق التصرف فيما أخذته من زوجها من مال عن أبويها ، أو ذوى القربى سواء أكان ذلك مصنعا أم مزرعة أم تجارة أم مالا ... إلخ ، فإن من الأولى أن يكون حقها فى التصرف فى المال الذى جاء نتيجة لسعيها ونشاطها الخاص حقا ثابتا لاشك فى ذلك ، وللزوجة شخصيتها الاقتصادية والمالية المستقلة ، ولها حرية البيع والشراء ، واستثمار أموالها شأنها فى ذلك شأن الرجل سواء بسواء ، لا يجوز التدخل فى تصرفاتها إلا وقاية للمال نفسه لسفه أو عته على نحو ما يتدخل الإسلام فى تصرفات الرجل إن أصابه سفه أو طرأ عليه خلل عقلى .

بل لقد منح الإسلام المرأة حق المشاركة فى النشاط الثقافى والإعلامى ، على أن يلتزمن بما أمر به الله شأنهن فى ذلك شأن الرجل ، والدليل على ذلك قوله سبحانه وتعالى : « والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر ويقيمون الصلاة ، ويؤتون الزكاة ويطيعون الله ورسوله ، أولئك سيرحمهم الله إن الله عزيز حكيم » (٢) .

وما معنى الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر الذى حض الله النساء كما حض الرجال على العمل به ، إنه الدعوة إلى الله من خلال الوسائل والأساليب المتاحة فى كل عصر ، وفى حدود ما أمر الله به .

---

(١) محمد البهى . الفكر الإسلامى والمجتمع المعاصر . ص ٢٣١ ، ٢٣٢ .

(٢) سورة التوبة : آية رقم ٧١ .

(ج) الإسلام وحق المرأة فى اختيار شريك حياتها :

وحق المرأة فى اختيار شريك حياتها دون قسر ، أو فرض شخص معين عليها حق ثابت فى الإسلام ، ذلك أن استئذان المرأة سواء البكر أو الثيب شرط فى صحة العقد [1] بدليل قول رسول الله ﷺ : « الثيب أحق بنفسها من وليها ، والبكر تستأذن فى نفسها وإذنها صمتها » وفى رواية عن أبى هريرة قول رسول الله ﷺ : « لا تنكح الأيم حتى تستأمر ، ولا البكر حتى تستأذن ، قالوا يا رسول الله وكيف إذنها ، قال : « أن تسكت » أى أن صحة عقد الزواج لا يكون إلا بأمر الثيب وإذن البكر ، وتدخل الولى أيا كان فى زواج البكر ، لم يكن للاستئثار أو فرض زوج معين عليها ، ولكن للاستئناس والمشاركة بالرأى فقط ، نظرا لأن البكر قد لا تستطيع الحكم الصائب على الرجل بسبب خبرتها المحدودة مع الرجال ، وبالتالى قد تسوء الاختيار فيغريها مال أو جاه أو مركز ، ثم تغفل العوامل الأخرى الأساسية التى يجب أن تأخذها فى اعتبارها أثناء اختيارها لشريك حياتها .

ولهذا يقتضى المنطق طبقاً لأحاديث الرسول ﷺ ، أن يكون للمرأة الحق الكامل فى اختيار شريك حياتها ، وأن تكون صاحبة القول الفصل فى ذلك ، ذلك أنه من الغلو بل والانحراف عن الإسلام أن تحرم المرأة من أن تقرر أمرا يخصها هى .

وفى هذا يقول عفيف طبارة : أن الزواج فى الإسلام ما هو إلا عقد كسائر العقود ، ذلك أن الإسلام يعتبر الزواج ميثاقا ، عقد على أساس من التفاهم المتبادل بين الطرفين الرجل والمرأة ، وشرطه الأساسى هو الايجاب والقبول من كليهما وحضور شاهدين [2] ، بل وأكثر من هذا فإن رسول الله ﷺ قد رد زواج إمرأة لم تستأذن فى زواج نفسها ، واشتكت له من ذلك وهى الخنساء بنت جذام الأنصارية ، وهذا دليل آخر ، وبرهان قوى ، على أحقية المرأة فى تقرير مصير حياتها الزوجية بنفسها ، من خلال

---

(١) محمد البهى المصدر السابق . ص ٢١١ ، ٢١٢ .

(٢) عفيف عبد الفتاح طبارة . روح الدين الإسلامى . ص ٣٦٣ .

الاختيار وإبداء الرأى فى صلاحية من يتقدم للزواج منها بكرا كانت أم ثيبا [١] .

وبعد هذا العرض الموجز والمجمل لموقف الإسلام من حق المرأة فى التعليم والعمل واختيار شريك الحياة ، ما هو موقف الرأى العام المسلم فى مجتمعات البحث الثلاث من هذه الحقوق ؟ وما هو دور الإعلام الإسلامى فى اقناع الجماهير بهذه الحقوق الثابتة فى آيات الله وأحاديث الرسول ﷺ ؟ وهو ما سوف نتناوله فى هذه الدراسة ..

موقف الرأى العام من منح المرأة حق التعليم والعمل واختيار شريك الحياة ودور الإعلام الإسلامى فى هذا الصدد :

بلغ عدد غير الموافقين على منح المرأة حق العمل ٤٨,٥٪ من جملة أفراد العينة ، وبلغ معدل غير الموافقين على منح المرأة حق التعليم ٣٨,٤٪ ، وحق اختيار شريك الحياة ٣٤,٥٪ من إجمالى المبحوثين . وينطلق هذا الإتجاه للرأى العام فى الريف المصرى فى حكمه على عدم شرعية منح المرأة هذه الحقوق من منطلق دينى بالدرجة الأولى كما نعتقد ذلك ، وبالتالى فإن الإعلام الإسلامى يتحمل المسئولية الرئيسية فى هذا الصدد .

وقد كشفت الدراسة عن وجود علاقة جوهرية بين معدل الموافقة على منح المرأة حق التعليم والعمل واختيار شريك الحياة ، ومعدل التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث (الإذاعة والتليفزيون والصحف العامة والصحف الدينية) ، حيث يرتفع هذا المعدل عن المعدل المناظر لغير الذين يتعرضون لهذه الوسائل بفارق نسبى ذى دلالة إحصائية . مما يشير إلى الدور المؤثر الذى يحتمل أن تكون هذه الوسائل قد لعبته فى إقناع الرأى العام بمنح المرأة هذه الحقوق ، أو تعميق هذا الاتجاه لدى الجماهير .

خامسا : دور الإعلام الإسلامى فى تصحيح المعتقدات الخاطئة :

تهدف الدراسة فى هذا المبحث إلى تقويم دور الإعلام الإسلامى فى

---

(١) محمد البهى . المصدر السابق . ص ٢١١ .

تصحيح الأفكار المنحرفة والمعتقدات الخاطئة التى لاحظ الباحث انتشارها فى القرية المصرية بحكم معايشته للناس بها . ويستند بعض هؤلاء الناس فى أغلب الأحيان فى اعتناقهم لهذه الأفكار والمعتقدات على مفاهيم دينية خاطئة للتقرب إلى الله ، والشفاء من الأمراض ، ودرء الأخطار والقضاء على الأعداء ... إلخ ، وسوف نعرض قدر الإمكان لوقف الدين نحو كل معتقد من هذه المعتقدات وآراء الفقهاء بشأنها وذلك أثناء تناولنا لكل واحدٍ من هذه المعتقدات .

وإذا كان كل أو أغلب هؤلاء الذين يعتقدون فى صحة هذه الأفكار والمعتقدات يستندون فى ذلك إلى مفاهيم دينية خاطئة ، فإن الباحث يرى أن الإعلام الإسلامى هو المسئول بالدرجة الأولى عن تصحيح هذه المعتقدات والأفكار ، وغرس المفاهيم الدينية الصحيحة محلها ، ذلك أن هذه المفاهيم والأفكار الخاطئة تمثل عقبة كئودا فى مواجهة تقدم هذه المجتمعات وعدم تجاوبها مع متغيرات العصر . ووقوعها ضحية أوهام ليس لها أى أساس من الدين ، وتحول بالتالى دون الرؤية الصحيحة لمختلف الأفكار العصرية .

١ – عمل الأحجبة لمعالجة المشكلات : –

كثيرا ما يسقط بعض ذوى النفوس المضطربة الحائرة والرؤية المحدودة ضحية أوهام كاذبة ، وتقاليد موروثة ، وجهل بحقائق الدين الإسلامى ، من أبرزها ما يتحايل به أهل الدجل من عمل أحجبة وهى عبارة عن كلمات تكتب فى قصاصات من الورق ، قد تتضمن آيات قرآنية ، أو عبارات غير مفهومة ، مدعين كذبا أنها قادرة على حل المشكلات المختلفة لهؤلاء البسطاء من أبناء الريف .

وفى هذا يقول المرحوم الشيخ محمود شلتوت – شيخ الجامع الأزهر الأسبق – إن من أسباب استمرار الناس فى التعلق بتلك الوسائل ، هو انشغال بعض المنتسبين إلى الدين ظلماً وزورا بكثير من هذه الوسائل يعملونها ، ويظهرون تصديقهم أياها ، ويدعون الناس لها ، ويوجهونهم إليها . وأنه لمن الأمور المثيرة

للعجب أن توضع الآية القرآنية الحكيمة فى خرقة وتعلق حجابا فى مكان معين من جسم المريض ، وبهذا وغيره اتخذ الدجالون القرآن الكريم وسيلة لكسب العيش عن طريق يأباه الإيمان ، ويصدقه بعض المسلمين ، وفى ذلك انحراف بالقرآن الكريم عما أنزل من أجله ، وإفساد للعقول الضعيفة ، وصرف للناس عن طريق العلاج الصحيح لمشاكلهم وأمراضهم ، وتغيير لسنة الله فى الأسباب والمسببات ، واحتيال على أكل أموال الناس بالباطل . وهذا مالا يقره الدين ولا يرضى به عقل سليم ، فكم رأينا من مصاب بمرض فتاك ، أو وباء مهلك أعتمد فى علاجه على حجاب أو غيره ، ترك المرض يسرى فى جسمه سريان النار فى الهشيم [١] ، وهؤلاء تنطبق عليهم الآية الكريمة « الذين يحرفون الكلم عن مواضعه » [٢]

٢ - الاعتقاد فى وجود قوى خفية تسيطر على حياة الإنسان كالجن والشياطين : -

يعتقد بعض الناس فى الريف فيما يشاع من خرافات ، وما يتناقلونه من حكايات عن الجن والشياطين ، وقدرتهم على أن يدخلوا جسم الإنسان أو ينطقوا بلسانه ويتحركوا بتحركه ، بل أكثر من ذلك أنهم يتزوجون البشر . ولقد درج الدجالون والمشعوذون على أن يوهموا البسطاء من أهل الريف بقدرتهم على تسخير الجن والشياطين لمختلف الأغراض سواء بالنفع أو الضر ، وبجلب الخير ودفع الشر وبث الحب ، أو غرس الكراهية ، وبإحداث الوئام أو الفرقة إلى غير ذلك من الأوهام ، انطلاقا من قدرتهم على العلم بالغيبيات ، وفى هذا مخالفة صريحة لقول الحق عز وجل : « عالم الغيب فلا يظهر على غيبه أحدا ، إلا من ارتضى من رسول » [٣] ، أى أن الاستعانة بغير الله ما هى إلا دعوى من دعاوى الشرك بمن

---

(١) محمود شلتوت . الفتاوى . ص ٣٢ - ٣٨ .
(٢) سورة المائدة : آية رقم (١٣) .
(٣) سورة الجن : الآيتان (٢٦ ، ٢٧) .

بيده وحده مقاليد الأمور : « أيشركون ما لا يخلق شيئا وهم يخلقون ، ولا يستطيعون لهم نصرا ولا أنفسهم ينصرون » (١) ، والجن ما هو إلا مخلوق كالانس يتساوى معه فى تحمل المسئولية أمام الله ، يؤكد ذلك قول الله تعالى « وما خلقت الانس والجن إلا ليعبدون » (٢) ، وقال فى سورة الرحمن : « يا معشر الجن والانس أن استطعتم أن تنفذوا من أقطار السماوات والأرض فانفذوا لا تنفذون إلا بسلطان » (٣) .

وفى هذه الآيات البينات ما يدل دلالة قاطعة على أن الجن يتساوى مع الانس أمام الله ، ولا يملك أى منهما نفعا ولا ضرا ، مصداقا لقوله تعالى : « إنّ عبادى ليس لك عليهم سلطان إلا من اتبعك من الغاوين » (٤) .

وليس صحيحا أن الزواج يتم بين الأنس والجن لأن زواج الأنس لايتم إلا من بنى جنسه فقط لقوله تعالى : « ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا إليها ، وجعل بينكم مودة ورحمة » (٥) ، وقوله جل وعلا : « والله جعل لكم من أنفسكم أزواجا ، وجعل لكم من أزواجكم بنين وحفدة » (٦) .

وليس لنا بعد القرآن دجال نسير وراءه أو كاهن نصدقه ، وهو ما حذر منه الرسول ﷺ عنه حين قال : « من أتى كاهنا فصدقه بما يقول ، فقد كفر بما أنزل على محمد » رواه أبو داود عن أبى هريرة رضى الله عنه (٧) .

---

(١) سورة الأعراف : الآيتان (١٩١ ، ١٩٢) .

(٢) سورة الزاريات : الآية رقم (٥٦) .

(٣) سورة الرحمن : الآية رقم (٣٣) .

(٤) سورة الحجر : الآية رقم (٤٢) .

(٥) سورة الروم : الآية رقم (٢١) .

(٦) سورة النحل : الآية رقم (٧٢) .

(٧) عبد الرحمن بن حسن آل الشيخ . فتح المجيد . ص ٢٩٥ .

وفى هذا يقول الشيخ محمود شلتوت : إنه مع الحجج والبراهين التى يعرضها القرآن الكريم بشأن الجن والشياطين إلا أن الوهم قد تغلب على الناس ، ودرج المشعوذون على غرس هذه الأوهام فى نفوس الناس ، مستغلين بها ضعاف الإيمان والعقول ، ووضعوا فى أنفسهم أن الجن يلبس جسم الإنسان وأن لهم القدرة على استخراجه ، ومن ذلك كانت بدعة الزار ، وكانت حفلاته الساخرة المزرية ، انطلاقا من الاعتقاد بأن هؤلاء المشعوذين لهم القدرة على استخدام الجن فى إظهار الغيب وتسخيره حسبما يشاءون ، وصار لهؤلاء الناس مهنة يتعايشون منها ، وللمال يجمعون ، وبالعقول يعبثون ، وقد ساعدهم على ذلك طائفة من المتسترين بالدين وأيدوهم بحكايات وقصص موضوعة أفسدوا بها حياة الناس ، وصرفوهم عن السنن الطبيعية فى العلم والعمل عن الجد النافع المفيد (١) .

٣ – التبرك بأولياء الله والتوسل بهم وتقديم النذور لهم :

درج البسطاء من الناس فى القرية المصرية ، والجهلاء بحقائق الدين الإسلامى على زيارة قبور ومقامات أولياء الله والتبرك بها بطرق ساذجة وخاطئة ، يشدون الرحال إليها فى المواسم أو عند الحاجة ، يقبلون المقاصير الحديدية ، ويتمسحون فى الحوائط ، ويذبحون الذبائح ، ويقدمون القرابين ، وينذرون النذور إذا تحقق أملهم فى شفاء المريض أو عودة الغائب ، أو النجاح فى الامتحان أو الانتخاب ، ويقولون إن نصيب سيدى أحمد البدوى ، أو الحسين ، أو السيدة زينب أو غيرهم سيكون كذا من الأموال أو الذبائح أو الشموع ... إلخ .

وهذه النذور ليس لها أى أساس دينى ، كما أن هذا التبرك لا مكان له فى الإسلام لأن النذور إنما تكون لله وحده ، والنذور عبادة ، والعبادة لا تكون لمخلوق وإنما هى للخالق ، كما أن المنذور له ميت ، والميت لا يملك من أمر نفسه شيئا ، فكيف يتصرف فى شئون الغير ، وفى الآيتين الكريمتين التاليتين ما يؤكد هذه

---

(١) محمود شلتوت . المصدر السابق . ص ٢٧ .

الحقيقة وينفى صحة خرافة تقديم النذور لغير الله : « يوفون بالنذر ويخافون يوما كان شره مستطيرا » [(١)] . « وما أنفقتم من نفقة أو نذرتم من نذر فإن الله يعلمه » [(٢)] .

والتبرك بأولياء الله وتقديم النذور لقضاء الحاجة والشفاعة ، يعتبر إذن شركا بالله ، ومثل ما ينذر لغير الله كالنذر للأصنام والشمس والقمر والقبور ونحو ذلك [(٣)] .

والنذر أسلوب قديم من أساليب التقرب إلى الله إذ قال تعالى عن امرأة عمران أم مريم : « إذ قالت امرأة عمران رب إنى نذرت لك ما فى بطنى محرراً ، فتقبل منى أنك أنت السميع العليم » [(٤)] . وقال جلت قدرته عن مريم : « فإما ترين من البشر أحدا فقولى إنى نذرت للرحمن صوما فلن أكلم اليوم إنسيا » [(٥)] .

فلما جاء الإسلام أمر بأن النذر لا يكون لغير الله ، فإن كان النذر لغيره فهو باطل وحرام لا يجب الوفاء به ولا يثاب عليه ، إن لم يؤاخذ به لأن من شأن العبادة المقبولة أن تكون لله فى النية والقول والفعل جميعا [(٦)] .

٤ - الشكوى لأولياء الله أو الرجاء منهم : -

لا يكتفى بعض البسطاء والجهلاء بحقائق الدين الإسلامى بخرافة التبرك بأولياء الله وإفرادهم بتقديم النذور من دون الله ، مخالفين بذلك ما أمر به الحق تبارك وتعالى من عدم عبادة المخلوقات ، ولكن عبادته وحده ، لأن النذر لله هو نوع من العبادة .

---

(١) سورة الإنسان : الآية رقم (٧) .
(٢) سورة البقرة : الآية رقم (٢٧١) .
(٣) عبد الرحمن بن حسن آل الشيخ . المصدر السابق ص ١٥٧ ، ١٥٨ .
(٤) سورة آل عمران : آية رقم (٣٥) .
(٥) سورة مريم : آية رقم (٢٦) .
(٦) محمود شلتوت . المصدر السابق . ص ٢٤١ .

ولكنهم يتجاوزون ذلك بقيامهم بأعمال أخرى منافية لأحكام وشرائع الإسلام ، حين يذهبون إلى مقابر أولياء الله وأضرحتهم يطرحون عليهم مشكلاتهم ويرفعون لهم الشكوى ، ويرجون منهم النظر فيها والاستجابة لمطالبهم . كأن هذا الميت الذى انقطع عمله من الدنيا يستطيع أن يلبى هذه الطلبات ، وكيف يستطيع الميت الذى لا يملك لنفسه نفعا ولا ضرا أن ينفع أو يضر غيره ، وقد قال فيه رسول الله ﷺ : « إذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من ثلاث » رواه أبو داود والترمذى والنسائى عن أبى هريرة [1] .

وقد يتصور بعض هؤلاء أن أولياء الله لا يموتون ، ولكنهم أحياء يسمعون شكاويهم ، ويستجيبون لهم ، وفى هذا مخالفة لقول الله تعالى : « إنك ميت وإنهم ميتون » [2] وقد يتم تقديم هذه الشكاوى بشكل مباشر أى بالتوجه إلى مقام هذا الولى ، أو ذاك وعرض الشكوى على صاحب هذا المقام ، وقد تقدم الشكوى من خلال الرسائل التى يبعث بها البعض إلى الأضرحة والقبور التى دفن فيها هؤلاء الأولياء ، وقد قام الدكتور سيد عويس بإجراء دراسة تحليلية لهذه الظاهرة مستخدما أسلوب تحليل المضمون على ١٦٣ رسالة من هذه الرسائل التى أرسلها أصحابها إلى ضريح الإمام الشافعى ، والتى تضمنت مختلف الشكاوى والطلبات فى الفترة من مايو عام ١٩٥٢ إلى مايو عام ١٩٥٨ ، وقد خلص الباحث من دراسته بمجموعة من النتائج ، يهمنا منها أنه أكتشف أن الرسائل إلى ضريح الإمام الشافعى ظاهرة منتشرة تغطى حوالى ثلاثة أرباع محافظات مصر ، وأنه على الرغم من كونهم مسلمين ، يبدون وكأنهم مضطرون إلى فعل ذلك ، وقد تبين أن معظم هذه الرسائل المرسلة إلى ضريح الإمام الشافعى جاءت من الريف وأن مهنهم تتركز فى الأعمال الزراعية ، وأن نسبة الأمية بينهم مرتفعة ، وقد تبين للباحث أن الإمام الشافعى فى عقول

---

(١) عبد الرحمن بن حسن آل الشيخ : المصدر السابق . ص ١٦٩ .

(٢) سورة الزمر : الآية رقم (٣٠) .

مرسلى الرسائل هو شخص حى ذو سلطان وملهم ، وأن بصيرته تخترق الحجب والاستار ، وهو متعدد الاختصاصات ، وأن هؤلاء يخلعون عليه من صفات الله عز وجل ، وأن مكانته أقرب إلى مكانة الله الكريم (١) .

وقد أنكر الله عز وجل من يدعو أحدا من دونه ، ممن لا يملك ضرا ولا نفعا ، فقال تعالى : « ولا تدع من دون الله ما لا ينفعك ولا يضرك فإن فعلت فإنك إذا من الظالمين » (٢) ، وقال عز وجل : « له دعوة الحق ، والذين يدعون من دونه لا يستجيبون لهم بشئ ، إلا كباسط كفيه إلى الماء ليبلغ فاه وما هو ببالغه ، وما دعاء الكافرين إلا فى ضلال » (٣) ، ذلك أن الدعاء عبادة وهل هناك عبادة لغير الله الذى قال : « قل الله أعبد مخلصا له دينى » (٤)

وهكذا نرى أن من يعتقد أن للأولياء تصرفات فى حياتهن أو بعد الممات ينكر أن الله هو المقصود بالخلق والتدبير والتصرف والتقدير ، فالكل تحت ملكه ورحمته وتصرفه .

وأن ما نراه اليوم (٥) من زيارة قبور أولياء الله لشرح القضايا والمهام ، وتقديم العرائض وطلب الفصل فيها يعتبر عملا غير مشروع يأباه الله ، ويأباه الرسول ﷺ ويغضب منه أصحاب الأضرحة أنفسهم ، ذلك أن أولياء الله وهم — بنص كتاب الله — الذين آمنوا وكانوا يتقون ، كانوا فى حياتهم عبادا مخلصين ، لم يتجهوا إلى غير الله ، ولم يقفوا بباب أحد سواه ، ولم يرفعوا أكف الضراعة إلا إليه ، وكانوا يدعون الناس إلى هدى الله وشرعه وهو يحبون من الناس أن يسلكوا سبيلهم ، فإذا ما انحرفنا عن طريقهم فوجهنا وجوهنا فى عبادة الله إليهم ، واتخذنا قبورهم مطافا

---

(١) سيد عويس . من ملامح المجتمع المصرى المعاصر . ص ٣٦ – ٣٧٦ .
(٢) سورة يونس : آية رقم (١٠٦) .
(٣) سورة الرعد : آية رقم (١٤) .
(٤) سورة الزمر : آية رقم (١٤) .
(٥) محمود شلتوت . المصدر السابق . ص ٢٢٣ .

كالبيت الحرام ، وموضعا للتقبيل كالحجر الأسود ، ومصلى كمقام إبراهيم ، وخاطبناهم بالدعاء والرجاء ، فقد جافينا طريقهم ، وجفوناهم وصرنا إلى ما يحزنهم لا إلى ما يرضيهم .

٥ – حلقات الذكر المنافية لأحكام الإسلام :

لاحظ الباحث من خلال حياته فى الريف ، وانتمائه ومشاركته للريفيين فى العادات والتقاليد السائدة ، لاحظ انتشار أحد الطقوس الغريبة والبعيدة عن أصول وأحكام الدين ، هذا فى الوقت الذى يتستر الناس فى ممارستهم لها وراء الدين ، وهذه الطقوس هى ما يسمى بحلقات الذكر التى تقام فى القرى وتأخذ صورا مختلفة فى شكل صفوف طولية ودائرية تدور فى شوارع القرية ، أو ما يسمى « بحضرات » تقام فى المنازل أو المساجد وغيرها من الأماكن العامة ، حيث ترى الناس فيها يتراقصون ويتمايلون يمينا وشمالا ، أو أماما وخلفا على أنغام طبول خاصة أو يقفزون فى حركات عصبية غريبة ، وينطقون بكلمات وعبارات قد لا يكون لها أى علاقة بذكر اسم الله أو أحد صفاته ، وتظهر هذه الحلقات والحضرات بصفة خاصة أيام المواسم والأعياد الدينية والموالد التى تقام لأولياء الله ، وهو ما ينافى أحكام وأصول الذكر التى نص عليها كتاب الله ، حيث إن الوعاء الأساسى لذكر الله منبعا ومصبا محله القلوب ، ويصدر من القلب ليحل فى القلب بالدرجة الأولى « ألا بذكر الله تطمئن القلوب » [1] ، « إنما المؤمنون الذين إذا ذكر الله وجلت قلوبهم » [2] .

ومن هذا يتبين لنا أن الأصل فى ذكر الله هو استحضار عظمته وامتلاء القلب بجلاله ، والنظر والتأمل فى بديع صنعه ، وآثار هذه القدرة الباهرة والحكمة البالغة والسلطان النافذ ، وهذا هو الإيمان الحق الباعث على الخير ، وإذا نطق

---

(١) سورة الرعد آية رقم (٢٨) .
(٢) سورة الأنفال : آية رقم (٢) .

اللسان بما تكنه القلوب من هذه الحقائق ، فإن ذكر الله يكون انطلاقا من الإلتزام بهذه الحقائق فى خشوع وخضوع ، يناسب جلال هذا الاسم أو أحد أسماء الله الحسنى ، يقول الله عز وجل : « ولله الأسماء الحسنى فادعوه بها وذروا الذين يلحدون فى أسمائه سيجزون ما كانوا يعملون » [١] ، أما ماعدا ذلك فهو خارج عما يقره الشرع والدين ، ويضيف الشيخ شلتوت على ذلك قوله إن أشد ما تكون المؤاخذة هو ما نراه فى الموالد والمجتمعات المعروفة باسم الحضرات ، ذلك أن من يسمع ما يتردد بها ، ويرى القائمين عليها ، لا يشك فى أنه نوع من الهزل ، والتمثيل الصاخب ، والصياح المنكر الذى لا يمكن أن يكون معبرا عن خاصة ذكر الله فى قلوب المؤمنين مثل الذكر بكلمة « آه » أو غيرها من الكلمات والعبارات التى ليست لها معنى ؛ فليست أحد أسماء الله الحسنى ، ولم يصح ورودها أو غيرها من الكلمات عن الرسول ﷺ ، ذلك أن ذكر الله عبادة ، لا يصح أن نعبده إلا بما أذن لنا أن نعبده به . وأن نسميه بغير ما لم يسم به نفسه ، والتحريف فيما يسمى به نفسه لمن أظهر صور الإلحاد فى أسماء الله [٢] .

موقف الرأى العام نحو المعتقدات الخاطئة ودور الإعلام الإسلامى فى القضاء عليها :

اتضح من دراسة مدى الاعتقاد فى صحة الخرافات التى تم اختيارها أن هذه المعتقدات غير شائعة الانتشار بين الرأى العام إلا أن درجات هذا الاعتقاد تتفاوت من معتقد إلى آخر ، فقد بلغت نسبة من يؤيدون المعتقد الخاص بعمل الأحجبة لعلاج المشاكل ١١,٨٪ ومن يؤيدون خرافة سيطرة الجن والشياطين على حياة الإنسان ١٦,٩٪ فى حين بلغت نسبة من يعتقدون فى التبرك بأولياء الله وتقديم النذور لهم ٣٣,٧٪ إلا أن هذه النتائج بالرغم من الانخفاض النسبى

---

(١) سورة الأعراف : آية رقم (١٨٠) .

(٢) محمود شلتوت . المصدر السابق . ص ١٩٧ .

لمعدل معتنقيها هى نتائج ذات دلالة وتستحق التوقف عندها ، فإن مجرد وجودها يؤثر تأثيرا ضارا على الرأى العام فى القرية ، ويتحمل الإعلام الإسلامى المسئولية الرئيسية فى ذلك لأن الاعتقاد فى صحة هذه الخرافات يأتى فى منطلق دينى فى المقام الأول .

وقد كشفت الدراسة عن وجود علاقة جوهرية بين معدل غير المؤيدين لصحة هذه المعتقدات ، ومعدل التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وهى الإذاعة والتليفزيون والصحافة بشقيها العام والدينى ، إذ ينخفض معدل المؤيدين لصحة هذه المعتقدات بين من يتعرضون لوسائل الاتصال الجماهيرية مما يشير إلى الدور المؤثر الذى يحتمل أن تكون هذه الوسائل قد لعبته فى تصحيح هذه المعتقدات فى أذهان الجماهير . وهذا بدوره يشير إلى أهمية توسيع دائرة الذين يتعرضون لوسائل الاتصال الجماهيرية الثلاث .

سادساً : دور الإعلام الإسلامى فى إقناع الرأى العام بأداء فرائض الإسلام :

من المعروف أن الإسلام يقوم على خمسة أركان أو دعائم هى بمثابة الأسس التى تحمل هذا البيان ، ألزم بها الخالق عباده ، وتقاس درجة إيمان المسلم بدرجة إلتزامه بأداء هذه الأركان ، وهى العبادات الرئيسية فى الإسلام .

وإذا استثينا الركن الأول من هذه الأركان ، التى يتحمل الإعلام الإسلامى مسئولية تعريف الجماهير بأهميته ومكانته الكبيرة بين هذه الأركان وهو شهادة أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله ، لأن من لا ينطق بداءة بهاتين قلبا ولسانا فهو خارج عن الإسلام ، ويرفض هذا الدين الاعتراف بإسلامه شكلا وموضوعا .. فسوف تركز هذه الدراسة على قياس دور الإعلام الإسلامى فى التنفيذ العملى للأركان الأربعة الأخرى التى أوجبها الإسلام على كل مسلم ، ولسنا هنا فى مجال ذكر الأصول والأحكام التفصيلية لهذه العبادات الأربع ذلك أن مكانها كتب الفقه والتفسير والحديث ، ولكننا سوف نكتفى هنا بذكر الآيات القرآنية التى

توجب على المسلم أداءها حيث لا مجال للاجتهاد هنا طالما أن مرجعنا الأساسى هو القرآن الكريم ، الذى حفظه الله دستورا للمسلمين على مدى القرون وهو القائل سبحانه وتعالى « إنا نحن نزلنا الذكر وإنا له لحافظون » [١] .

إذن لا مجال للجدل فيما أنزل الله « ومن الناس من يجادل فى الله بغير علم ولا هدى ولا كتاب منير ، ثانى عطفة ليضل عن سبيل الله له فى الدنيا خزى ونذيقه يوم القيامة عذاب الحريق » [٢] ، والعبادات الأربع التى نحن بصدد دراسة معدل التزام الجماهير بها ، ودور الإعلام الإسلامى فى الاقناع بها هى :

١ - الصلاة : -

وقد قال فيها عز وجل :

- « فأقيموا الصلاة إن الصلاة كانت على المؤمنين كتابا موقوتا » [٣] .
- « وأقم الصلاة إن الصلاة تنهى عن الفحشاء والمنكر ولذكر الله أكبر والله يعلم ما تصنعون » [٤] .
- « ماسلككم فى سقر قالوا لم نك من المصلين » [٥] .
- « قد أفلح المؤمنون الذين هم فى صلاتهم خاشعون » [٦] .

٢ - الصوم : -

وقد فرضه الله سبحانه وتعالى على المسلمين ، يؤكد ذلك قوله عز وجل

---

(١) سورة الحجر : آية رقم (٩) .
(٢) سورة الحج : آية رقم (٨ ، ٩) .
(٣) سورة النساء : آية رقم (١٠٣) .
(٤) سورة العنكبوت : آية رقم (٤٥).
(٥) سورة المدثر : الآيتان رقم (٤٢ ، ٤٣) .
(٦) سورة المؤمنون : الآيتان رقم (١ ، ٢) .

- « يا أيها الذين آمنوا كتب عليكم فى الصيام كما كتب على الذين من قبلكم لعلكم تتقون » [١] .

- « شهر رمضان الذى أنزل فيه القرآن هدى للناس وبينات من الهدى والفرقان فمن شهد منكم الشهر فليصمه » [٢] .

- « وكلوا واشربوا حتى يتبين لكم الخيط الأبيض من الخيط الأسود من الفجر ثم أتموا الصيام إلى الليل » [٣] .

٣ - الزكاة : -

وهى أحد الأركان الرئيسية المفروضة على المسلمين كما تأكد ذلك فى كتاب الله تعالى ، فقال :

- « خذ من أموالهم صدقة تطهرهم وتزكيهم بها » [٤] .
- « والذين فى أموالهم حق معلوم للسائل والمحروم » [٥] .
- « وأنفقوا مما جعلكم مستخلفين فيه » [٦] .
- « وآتوهم من مال الله الذى آتاكم » [٧].

٤ - الحج : -

وقد فرضه الله على المسلم ، العاقل ، البالغ ، الصحيح البدن ، الذى يملك زاد السفر ، وأجرة الانتقال ، ويملك من المال ما يمكن عياله من النفقة على أنفسهم فى بحبوحة حال سفره ، على أن يكون هذا المال الذى يملكه خالصا من

---

(١) سورة البقرة : آية رقم (١٨٣) .
(٢) سورة البقرة : آية رقم (١٨٥) .
(٣) سورة البقرة : آية رقم (١٨٧) .
(٤) سورة التوبة : آية رقم (١٠٣) .
(٥) سورة المعارج : الآيتان رقم (٢٤ ، ٢٥) .
(٦) سورة الحديد : آية رقم (٧) .
(٧) سورة النور : آية رقم (٣٣) .

الدين وحقوق الغير خاليا من الربا والمحظورات مدفوعا عنه فريضة الزكاة ، وأن يكون فوق ذلك كله الطريق إلى مكة مأموناً [١] . وتظهر مكانة الحج فى الإسلام من واقع الآيات الكريمة التالية :

– « وأذن فى الناس بالحج يأتوك رجالا وعلى كل ضامر يأتين من كل فج عميق » [٢] .

– « ولله على الناس حج البيت من استطاع إليه سبيلا » [٣] .

– « وأتموا الحج والعمرة لله فإن أحصرتم فما استيسر من الهدى » [٤] .

– « الحج أشهر معلومات ، فمن فرض فيهن الحج فلا رفث ولا فسوق ولاجدال فى الحج وما تفعلوا من خير يعلمه الله » [٥] .

ومن هذا العرض لبعض آيات الذكر الحكيم يتضح لنا مكانة هذه العبادات الأربع فى الإسلام ، وتهدف الدراسة من وراء ذلك إلى استكشاف معدل أداء هذه العبادات بين الرأى العام فى مجتمعات البحث ، ودور الإعلام الإسلامى من خلال وسائله الجماهيرية الثلاث (الإذاعة والتليفزيون والصحف العامة والدينية) فى تعديل سلوك الجماهير نحو هذه العبادات .

موقف الرأى العام نحو العبادات الإسلامية ودور الإعلام الدينى فى تدعيمها :

أسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع معدل الذين يؤدون أركان الإسلام الأربعة

---

(١) عفيف عبد الفتاح طبارة . المصدر السابق . ص ٣٦١ .

(٢) سورة الحج : آية رقم (٢٧) .

(٣) سورة آل عمران : آية رقم (٩٧) .

(٤) سورة البقرة : آية رقم (١٩٦) .

(٥) سورة البقرة : آية رقم (١٩٧) .

وهى الصلاة – الصوم – الزكاة – والحج . ولكن معدل أداء هذه العبادات الأربع متفاوت الدرجات ، فجاء الصوم على رأس هذه العبادات محققا ٩٧,٢٪ ، تلته الصلاة بنسبة ٩٣,٣٪ ، ثم الزكاة بنسبة ٨٩,٧٪ ، فى حين حققت فريضة الحج أدنى المعدلات ١٠,٧٪ من إجمالى المبحوثين ، ذلك أن أداء هذه الفريضة يتطلب بالدرجة الأولى إمكانيات مالية ومقدرة صحية وظروفا أخرى مواتية .

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة جوهرية بين معدل أداء فريضتى الصلاة والزكاة ومعدل التعرض للإعلام الإذاعى ، مما يشير إلى الأثر الذى يحتمل أن تكون الإذاعة قد تركته لتعميق الاتجاه إلى أداء هاتين العبادتين بين الجماهير . أما فريضة الصوم فلم تأت النتائج بوجود تأثير للراديو فى رفع أداء معدل هذه الفريضة .

ويفسر الباحث ذلك بوجود عوامل أخرى مؤثرة فى زيادة نسبة الصائمين فى القرية المصرية ، كالجماعات المرجعية والمناخ العام الذى يصبغ مختلف أوجه النشاط فى القرية المصرية بصبغة معينة ، تلائم متطلبات شهر رمضان ، ويحتم على الجميع الالتزام بها واحترامها ، بل أن الدراسة كشفت عن ارتفاع معدل أداء فريضة الحج بين غير المستمعين للراديو بفارق نسبى كبير ذى دلالة احصائية عن المعدل المناظر لجماهير الراديو ، وقد يرجع ذلك إلى أن الحج ليس فى حاجة إلى عمل إعلامى لحفز الناس على أدائه بقدر حاجته إلى القدرة المالية والظروف الصحية والنفسية اللازمة لذلك .

إلا أنه قد تبين من الدراسة أن التليفزيون والصحف العامة ليس لهما دور ملموس فى معدل أداء الفرائض الأربع ، وقد يرجع ذلك – كما يعتقد الباحث – إلى انخفاض معدل التعرض المنتظم لهاتين الوسيلتين فى قرى البحث ، إضافة إلى أن التيفزيون بالنسبة لجماهير الريفيين مازال أداة للتسلية والترفيه قبل أن يكون أداة إعلامية وثقافية ، وقد أسفرت الدراسة عن نتيجة مؤداها أن الصحافة الدينية لا

تلعب دورا يذكر فى رفع معدل أداء فرائض الصوم والزكاة والحج ، إذ اتضح أن نسبة الذين يؤدون هذه العبادات بين الجماهير التى تقرأ هذه الصحف الدينية لا تختلف كثيرا عن نسبة الذين يؤدون هذه العبادات بين الجماهير التى لا تقرأ هذه الصحف ، وهذه النتيجة نضعها أمام المسئولين عن الصحافة الدينية المتخصصة التى تتحمل العبء الأكبر لاقناع الناس بأداء العبادات حتى يعيدوا النظر فى أسلوبها التحريرى والإخراجى والقضايا التى تطرحها .

الخاتمة والتوصيات

من خلال استعراضنا للنتائج السابقة ، والفصول النظرية التى سبقتها يتضح لنا أن الإعلام هو قوام الدين الإسلامى وأداته الرئيسية ، وبالتالى فلن نكون مبالغين فى القول إذا أسمينا هذا الدين بأنه دين دعوة ، أو دين إعلامى .

وإذا كانت الدراسة الميدانية قد كشفت قوة تأثير الرسالة الإعلامية الدينية أيا كان مصدرها ، أو الوسيلة التى تحملها ، فإن الإعلام الدينى إذن يتحمل العبء الأكبر فى تحقيق الأهداف التالية :

١ – تحصين الجماهير بحقائق الدين الإسلامى لحماية المجتمع المسلم من أخطار الجهل بحقائق هذا الدين .

٢ – تعديل سلوك الجماهير بما يتلاءم مع جوهر هذا الدين ، والإسهام فى التقويم الخلقى للناس ولاسيما بين الشباب لخلق أجيال مؤمنة بربها ، وأوطانها ، وإرساء قواعد الحق والخير والفضيلة وغير من ذلك من القيم التى يدعو لها الإسلام .

٣ – الوقوف أمام الطغيان المادى الذى أصبح سمة من سمات العصر ، يسيطر على تفكير الناس ، ويدفعهم إلى إتخاذ المواقف نحو مختلف الأمور .

٤ – تحسين المعاملات بين الناس بعضهم بالبعض الآخر .

٥ – دعم وتقوية الاتجاه إلى أداء العبادات الإسلامية .

٦ – القضاء على المعتقدات الخاطئة المنتشرة بين البعض من خلال التفسير العلمى الصحيح لحقائق الدين الإسلامى .

٧ – استخدام المفاهيم الدينية فى الإقناع بالأفكار المستحدثة ، والقضايا العصرية التى لا تتنافى مع جوهر الإسلام .

٨ – الاستعانة بالحقائق الدينية لتوجيه الجماهير فى المجتمعات الإسلامية ، التوجيه الصحيح من خلال التأثير على عقول وقلوب الناس فى هذه المجتمعات .

وقد خلص الباحث من الدراسة الميدانية بالعديد من التوصيات ، وقد يكون من المفيد هنا تقديم خلاصة هذه التوصيات وعرضها بصورة مجملة فى نقاط محددة على النحو التالى :

أولا : يقترح الباحث إنشاء مجلس أعلى للإعلام الإسلامى يضم ممثلين عن جميع الجهات التى يناط بها أعمال الإعلام الإسلامى ويجمع شتاتها ويوحد بينها ، وينسق العمل فى هذا المجال بناء على أسس علمية وعملية سليمة وأخص من هذه الجهات :

١ – جهاز الدعوة بوزارة الأوقاف .

٢ – جهاز الدعوة بالأزهر .

٣ – المجلس الأعلى للشئون الإسلامية .

٤ – الصحف الدينية والأقسام الدينية فى الصحف العامة .

٥ – إذاعة القرآن الكريم والبرامج الدينية فى الإذاعات الأخرى وكذا البرامج الدينية فى التليفزيون .

٦ – الجمعيات الدينية .

على أن يأخذ هذا المجلس على عاتقه تحقيق الأهداف التالية :

١ – وضع الخطط الإعلامية الدينية طويلة المدى ، بهدف تحقيق التنمية وتحقيق التنشئة الخلقية ، ومواجهة الانحرافات ، والقضاء على الحقد والكراهية وإحلال الحب والتعاون والأخاء بين الجماهير مكانهما .

٢ – وضع الخطط الإعلامية الدينية قصيرة المدى لمواجهة الاحتمالات المفاجئة التى قد تنجم عن أزمات إقتصادية أو سياسية أو غيرها .

٣ – تحقيق الانسجام بين مختلف الأنشطة داخل الوطن ، وخطط الإعلام الدينى بعد ما أكدت الحقائق التاريخية أنه لن يكتب النجاح لأى خطة أو عمل تقوم به الدولة إلا إذا كان منسجما مع حقائق الدين الإسلامى وبالتالى يتبناها الإعلام الإسلامى .

٤ - الحفاظ على الأصالة الدينية للشعب المصرى ، ودعم الاتجاه الدينى الصحيح لديه ، وتنقية هذا الاتجاه من التواكل الذى يسيطر على البعض أو التعصب أو الانحراف بل غرس المفاهيم الصحيحة لروح الدين الإسلامى .

٥ - توضيح موقف الدين الإسلامى من مختلف القضايا والمشاكل والأحداث العصرية والتى قد تسبب لبسا واضطرابا بين الرأى العام أو سوء فهم ، وذلك من خلال الشرح والتفسير والفتاوى الواضحة المستقاة من المصادر الأصلية واجتهادات كبار العلماء والأئمة .

٦ - القضاء على الأزدواج فى برامج الإعلام الإسلامى وتنسيق هذه البرامج بين الأجهزة المكلفة بذلك وتوحيد جهودها وجمع شتاتها والقضاء على التضارب بينها .

وتكون لقرارات هذا المجلس صفة الإلزام ، أى تلتزم بها كافة الأجهزة والجهات الممثلة فيه وأن يمنح من الإمكانيات ما يمكنه من أداء عمله على الوجه الأكمل ، ويمارس هذا المجلس عمله من خلال الوحدات التالية :

(أ) وحدة الصحافة :

وتختص بالإشراف على العمل الإعلامى الإسلامى فى جميع الصحف العامة والدينية التى تصدر داخل الوطن ، وتنفيذ القرارات الصحفية للمجلس ومتابعة هذا التنفيذ وتقويم هذا العمل ، وتقديم المقترحات والتوصيات اللازمة لتطوير الإعلام الدينى فى الصحافة من مختلف جوانبه .

(ب) وحدة الإذاعة والتليفزيون :

ويلقى على عاتقها تنفيذ قرارات المجلس الخاصة بالإذاعة والتليفزيون ، ومتابعة ذلك وتقديم التوصيات والمقترحات والانتقادات اللازمة لتطوير البرامج الدينية فى هذين الجهازين ومتابعة الإشراف على الإعلام الإسلامى الإذاعى والتليفزيونى .

(ج) وحدة خاصة بخطبة الجمعة :

وتتحمل هذه الوحدة مسئولية تطوير خطبة الجمعة ، وتنفيذ قرارات المجلس بشأنها ، ومتابعة ذلك ، والإشراف على تنفيذ هذه المقترحات والتوصيات اللازمة لدعم خطبة الجمعة وزيادة فاعليتها ، وتحقيق الالتحام بين خطباء المساجد والجمهور العام لمعالجة مشكلات المجتمع والربط بين الخطب وهذه المشكلات .

(د) وحدة الندوات والمحاضرات والدروس الدينية :

وتأخذ على عاتقها تنظيم عقد الندوات والدروس والمحاضرات الدينية ، وتوجيه هذه الندوات والمحاضرات والدروس بما يجعلها تخدم قرارات المجلس ؛ وتقديم المقترحات لتطوير هذه الندوات والدروس والمحاضرات الدينية ، وتهيئة الظروف المناسبة لتحقيق أهدافها .

(هـ) وحدة المكتبة الدينية :

ويناط بهذه الوحدة العمل على تعميم المكتبات الدينية ودعم الأقسام الدينية فى المكتبات العامة ، سواء فى المساجد أو فى قصور الثقافة الجماهيرية ، ومراكز الإعلام ، ونوادى القرى ، وتنشيط العمل المكتبى وتطويره بما يجعله يسهم بفاعلية فى تحقيق أهداف الإعلام الإسلامى .

(و) وحدة البحوث الإعلامية الإسلامية :

ويناط بهذه الوحدة إعداد وتشجيع البحوث الإعلامية فى حقل الدعوة الإسلامية فى مختلف الميادين ، وذلك لإيجاد الدراسات والبحوث اللازمة ، والاستفادة منها فى إعداد خطط الإعلام الدينى ، بهدف إثراء المكتبة الإسلامية والمكتبة الإعلامية .

(ز) وحدة التدريب :

وتتكفل هذه الوحدة بإعداد دورات تدريبية منظمة وجادة بصفة دورية للعاملين فى مجال الإعلام الدينى الإذاعى أو التليفزيونى أو خطباء المساجد أو

غيرهم ، ومتابعة هذه المهمة بالاتفاق مع أساتذة وخبراء الدراسات الإعلامية والإسلامية لتحقيق هذا الهدف . وتزويد العاملين فى حقل الإعلام الإسلامى بكل ما هو جديد فى تكتيك هذا العمل .

(ح) وحدة الشئون المالية والإدارية :

وتقوم هذه الوحدة بتنظيم الأعمال المالية والإدارية للمجلس ، وإعداد ميزانيته وتمويل مشروعات المجلس المختلفة .

(ط) وحدة السكرتارية :

وتقوم هذه الوحدة باعداد أرشيف منظم لجميع قرارات المجلس وأعماله ومكاتباته ، وتسجيل الجلسات وتنظيم علاقة المجلس بمختلف الجهات المعنية .

ثانياً : تحقيق الالتحام بين الإعلام الإسلامى ومختلف الأنشطة والأعمال ، ودواوين الحكومة ، وأجهزة القطاع العام والخاص ، والنقابات ... إلخ ، وعدم عزل نشاط الإعلام الإسلامى عن هذه الأنشطة لكى يسهم بفاعلية فى تطوير الوطن على جميع المستويات ، ويتم ذلك عن طريق تناول قضايا الوطن ومشكلاته ولاسيما فى القرية من منظور دينى ، بعدما أكدت الدراسات خطورة التأثير الدينى على الرأى العام فى مختلف المجالات ، سواء أكانت عبادات أم معاملات ، وكما تأكد لنا ذلك أيضاً من خلال الحقائق التاريخية . وهذا يتطلب عدم قصر برامج الإعلام الإسلامى على القضايا الدينية البحتة كالعبادات ، ولكن لابد أن تتسع دائرة نشاطه لكى يغطى أوجه النشاط داخل الوطن ، مستفيدا فى ذلك من مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة وعدم قصر هذا النشاط على وسائل الإعلام الدينية المتخصصة لأن هذا يترتب عليه عزل الإعلام الإسلامى عن الواقع الذى يعيش فيه الوطن . وقد رأينا أن وسائل الإعلام العامة أقدر على تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى من وسائل الإعلام الدينية المتخصصة بحكم سعة انتشارها ، واتساع نطاق عملها .

ثالثاً : إنشاء نواد ومراكز للاستماع والمشاهدة الجماهيرية فى القرى ، والتوسع فى هذه المراكز وتزويدها بأجهزة الاستقبال الإذاعية والتليفزيونية ، والصحف والدوريات العامة والدينية ، وتنظيم الإشراف عليها ، وتزويد هذه المراكز برواد لتنظيم العمل بها ؛ والقيام بمهام الشرح والتفسير والتحليل لما قد يشق فهمه على أبناء القرية ولاسيما فى قضايا الفكر الدينى ، وذلك بغية إتاحة الفرصة لمن لا يملكون أجهزة راديو وتليفزيون ، ومن لا يملكون القدرة على شراء الصحف والمجلات العامة والدينية للتعرض المنتظم قدر الإمكان لوسائل الإعلام العامة والدينية .

رابعاً : يوصى الباحث بأن تأخذ خطط الإعلام الإسلامى فى اعتبارها معرفة جماهير كل وسيلة من وسائل الإعلام العامة والدينية قبل تقرير الاستعانة بهذه الوسائل ، لأنه قد تصلح وسيلة إعلامية لمخاطبة نوعيات من الجماهير لا تصلح لمخاطبة نوعيات أخرى ، وقد تصلح وسيلة إعلامية للعمل فى فترة زمنية معينة لا تصلح للعمل فى فترة أخرى ، وقد تنجح وسيلة لخدمة بيئة معينة لا تنجح فى مخاطبة الناس المقيمين فى بيئة أخرى مختلفة ، بعدما تبين أن متغيرات التعليم والسن والحالة الاجتماعية قد تلعب دورا حيويا فى تحديد خصائص جماهير بعض الوسائل الإعلامية المختلفة ، ويأتى ذلك عن طريق الدراسة المنتظمة والعملية لهذه الجماهير .

كما يجب أيضاً معرفة جماهير كل برنامج أو فقرة دينية وعامة ، فقد تتميز جماهير القرآن الكريم والبرامج الدينية والبرامج الأخرى العامة ، كالبرامج الدرامية والأغانى ... إلخ بخصائص تعليمية واجتماعية ونوعية معينة ، وهذا يتطلب أيضاً الدراسات الدورية والمنتظمة لمعرفة التغييرات التى قد تطرأ على هذه الجماهير من حين لآخر .

خامساً : يوصى الباحث بدعم الرسالة الإعلامية الدينية بآيات من القرآن الكريم حيث أسفرت الدراسة أن القرآن الكريم يجيء على رأس البرامج والفقرات

والموضوعات المفضلة جميعها ، العامة منها والدينية محرزا أعلى المعدلات بين جميع البرامج والفقرات الأخرى فى الإذاعة والتليفزيون ، وتأسيسا على ذلك نستطيع القول بأن أى وسيلة إعلامية عامة أو دينية تأتى مخالفة لروح القرآن الكريم من قريب أو بعيد سوف تلقى نفور الرأى العام فى القرية .

وهنا يجب الاهتمام بزيادة فترات قراءة القرآن الكريم التى تقدم بطريقة مجودة ، بعد أن كشفت الدراسة أن هذه الطريقة تلقى هوى ، وتحدث تأثيرا فى نفوس الناس فى القرية بصورة تفوق بكثير الطريقة المرتلة .

سادساً : يوصى الباحث أيضاً بزيادة كمية البرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون والصحف التى تقدم بصورة مستقلة ، وليس من خلال الموضوعات العامة ، أى يتم تخصيص برامج دينية لمعالجة مختلف الشئون الدينية والدنيوية من خلالها لتلبية احتياجات الرأى العام فى هذا الصدد ، ودعم البرامج الدينية الناجحة فى الراديو مثل برنامج حديث الصباح ، وفى التليفزيون مثل برنامج نور على نور ، وإعادة تقديم البرامج الدينية الناجحة أكثر من مرة والإكثار منها .

سابعاً : يؤكد الباحث على ضرورة الاهتمام بالأغنية الدينية والعمل على تطويرها ، لأنها قادرة على الإسهام بدور فعال فى تحقيق أهداف الإعلام الإسلامى ولاسيما بين الجماهير غير المتعلمة والأمية ، وذلك من خلال تشجيع المؤلفين والملحنين والمطربين وحفزهم على مواصلة هذا الجهد وإعداد أغانى دينية تعالج مختلف الشئون الدينية والعامة .

ثامناً : يوصى الباحث بدراسة أوضاع المجلات الدينية ودعمها بالإمكانيات المادية والطاقات البشرية المتخصصة ، وتيسير وصولها إلى نوادى ومراكز الاستماع والمشاهدة الجماعية المقترح إقامتها ، وتزويد المكتبات الدينية بها فى كل مكان وتفسير محتوياتها لغير المتعلمين عن طريق رجال الإعلام الإسلامى فى كل موقع .

تاسعاً : يتأكد لنا من الدراسة ضرورة الاهتمام بخطبة الجمعة التى أثبتت الدراسة قوة تأثيرها الهائلة فى جماهير المسلمين ومعدل انتشارها بين الأعم الأغلب من الجماهير ، ويتم ذلك من خلال :

(أ) التركيز على المشكلات المحلية فى المنطقة التى يقع بها المسجد .

(ب) دعوة كبار الخبراء والوعاظ على مستوى الجمهورية بين حين وآخر لإلقاء خطب الجمعة فى القرى .

(ج) إجراء تغييرات دورية بين خطباء المساجد من حين لآخر بهدف تشجيع هؤلاء الخطباء على العمل والدرس لإلقاء خطب جيدة ودفع الملل عن الجماهير .

(د) الالتزام بخطط المجلس الأعلى للإعلام الإسلامى .

(هـ) تزويد الخطباء بنصوص جيدة بصفة مستمرة وحفزهم على الخلق والإبداع فى مجال خطبة الجمعة .

(و) إجراء دورات تدريبية لخطباء المساجد ، وزيارات ميدانية لمواقع العمل والإنتاج لمعايشة الجماهير ، وحل مشكلاتهم ، وإعداد خطب تعالج هذه المشكلات .

عاشرا : لا يرى الباحث مبرراً لإذاعة خطبة الجمعة من الراديو والتليفزيون ، لأن فى هذا ضياعا لوقت الإذاعة والتليفزيون دون مبرر ، حيث يتواجد الناس فى هذا الوقت فى المسجد ، ولكن يفضل انتقاء نصوص من الخطب الجيدة فى أى مسجد على مستوى الوطن ، وعدم التقيد بالمساجد الكبرى ، وإذاعاتها فى غير أوقات الصلاة ، لتحقيق أكبر استفادة جماهيرية ممكنة من هذه الخطب المذاعة ، وتشجيع الخطباء الممتازين على مواصلة الإجادة ، وإلقاء الأضواء على الخطباء المغمورين فى القرى والنجوع ، فقد يكون منهم من هو أقدر على الخلق والإبداع .

حادى عشر : ويوصى الباحث هنا بتنظيم الدروس والندوات والمحاضرات بصورة تحقق لها القدرة على الإسهام الفعال فى حقل الإعلام الإسلامى ويتم ذلك من خلال

١ – تنظيم هذه الندوات والدروس وعقدها بصورة دورية .

٢ – الإعلان المسبق عنها حتى يستعد الجمهور لها .

٣ – اختيار الأوقات المناسبة لها بما يتناسب مع ظروف كل بيئة ومجتمع .

٤ – عدم التقيد بعقدها فى المساجد ، ولكن ينبغى الانتقال بها إلى الأماكن المحببة إلى الجماهير حيث يتم تجميع الريفيين بها .

٥ – معالجتها لقضايا المجتمع الذى تنعقد فيه .

٦ – تخصيص أوقات فى نهاية كل درس وندوة للفتاوى والرد عل تساؤلات الجماهير .

٧ – إدارة الدرس أو الندوة بصورة منتظمة ، وتقييم هذه الدروس والندوات فى النهاية .

ثانى عشر : يقترح الباحث تخصيص حملات إعلامية دينية منتظمة وموقوتة تحت إشراف المجلس الأعلى للإعلام الإسلامى المقترح إنشاؤه ؛ تشترك فى هذه الحملات جميع أجهزة الإعلام الممثلة فى هذا المجلس تخصص كل حملة منها لمعالجة قضية واحدة من قضايا أو مشاكل المجتمع من منظور دينى ، فتخصص حملة على سبيل المثال لمحاربة البدع والخرافات التى تتستر بستار دينى ، حيث يمارس الدجالون باسم الدين أعمالا منافية للدين ، وتخصص حملة لتشجيع تنظيم الأسرة ، وأخرى لبذر بذور المحبة بين الناس ، ونبذ الحقد والكراهية ضمن حملة عامة للتقويم الخلقى .

ثالث عشر : يوصى الباحث بضرورة إعداد وخلق كوادر إعلامية إسلامية على كافة المستويات إعتبارا من الدعاة المتخصصين المتفرغين لهذه المهمة إلى المواطن المسلم العادى الذى كلفه الله أيضاً بمهام الدعوة ، ويتم ذلك من خلال ما يلى :

١ – ضرورة إدخال الدراسات الإعلامية الحديثة وعلوم الاتصال بالجماهير ضمن برامج

الدراسة فى الكليات الدينية التى تخرج الدعاة المسلمين من خطباء المساجد ، والأئمة والوعاظ ، وعدم قصر الدراسة فى هذه الكليات على علوم الدين واللغة .

٢ - إدخال الدراسات الدينية الإعلامية ضمن مناهج الدراسة فى كليات ومعاهد وأقسام الصحافة والإعلام والإذاعة والتليفزيون ، كجزء رئيسى من المواد الدراسية فى هذه الكليات والمعاهد العلمية ؛ ذلك أن رجل الإعلام العام لن يستطيع تحقيق التوافق مع الجماهير ولن يستطيع التأثير فى الرأى العام المصرى بدون النفاذ إلى قلوب وعقول هذه الجماهير عبر المدخل الدينى ، وبدون أن تنسجم رسالته الإعلامية مع شريعة الإسلام .

٣ - إعداد دورات تدريبية منظمة إعدادا جيدا فى فنون الدعوة الإسلامية وأساليبها للعاملين حاليا فى حقل الإعلام الإسلامى فى الإذاعة والتليفزيون والصحافة وخطباء المساجد والوعاظ لتزويدهم بأحدث فنون وعلوم الإعلام والاتصال الجماهيرى .

٤ - إعداد الكوادر الوسطى من الدعاة غير المتفرغين تفرغا كاملا للإعلام الإسلامى ، الذى يقوم عملهم على الاتصال بالجماهير مثل رجال الإرشاد الزراعى ، والثقافة الصحية ، وتنظيم الأسرة ، ومراكز الإعلام ، وقصور الثقافة الجماهيرية ، وتدريب هؤلاء على فنون الدعوة الإسلامية ، والفنون الإسلامية والفنون الإعلامية بصفة عامة ، لكى يخاطبوا جماهيرهم من خلال الحقائق التى يتضمنها الدين الإسلامى .

٥ - تهيئة كل مسلم لكى يؤدى العمل الإعلام الدينى فى نطاق الدائرة التى يتحرك فيها ، وتعريفه بأن هذه المهمة مكلف كما هو مكلف بالصلاة والصوم ، ويتم ذلك من خلال برامج خاصة فى الإذاعة والتليفزيون ومقالات فى الصحف وخطب الجمعة ، فإن صدق كل مسلم مع نفسه ومع ربه وكان الإنسان الذى يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر فلن يجد الفقر والمرض والجهل والحقد ... إلخ مكانا على الإطلاق فى مجتمعنا المسلم .

مصادر البحث ومراجعه

أولا : القرآن الكريم .

ثانياً : الدراسة الميدانية .

ثالثاً : الكتب والدوريات .

رابعاً : الكتب العربية :

١ – إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٥ .

٢ – إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية . ١٩٦٨ .

٣ – إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٠ .

٤ – ابن ظهيرة . الفضائل الباهرة فى محاسن مصر والقاهرة . تحقيق مصطفى السقا ، وكامل المهندس . القاهرة ، مركز تحقيق التراث ، وزارة الثقافة . ١٩٦٩ .

٥ – أحمد الخشاب . الاجتماع التربوى والإرشاد الإجتماعى . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٧٠ .

٦ – أحمد أبو زيد . سيكولوجية الرأى العام والدعاية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٨ .

٧ – أحمد سويلم العمرى . الرأى العام والدعاية . القاهرة ، الدار القومية للطباعة والنشر ، د . ت .

٨ – أحمد أمين . التكامل فى الإسلام . النجف الأشرف . دار النعمان للطباعة والنشر ، د . ت .

٩ – أحمد أمين . ظهر الإسلام . ط ٤ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٦٦ .

١٠ – أحمد أمين . فجر الإسلام ط ٣ . القاهرة ، دار الشعب ، ١٩٧٥ .
١١ – أحمد أنور عمر . المكتبات العامة بين التخطيط والتنفيذ . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٠ .
١٢ – أحمد بن على بن عبد القادر بن محمد المقريزى . الخطط المقريزية . بيروت ، دار احياء العلوم ، د . ت .
١٣ – أحمد شلبى . موسوعة التاريخ الإسلامى والحضارة الإسلامية . ج ٥ . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية . ١٩٧٢ .
١٤ – أحمد فكرى . مساجد القاهرة ومدارسها ، القاهرة . دار المعارف ، ١٩٦٥ .
١٥ – أحمد محمد جمال . محاضرات فى الثقافة الإسلامية . ط ٣ . القاهرة ، دار الشعب ، ١٩٧٥ .
١٦ – أسد رستم . الروم فى سياستهم وحضارتهم ودينهم وثقافتهم وصلاتهم بالعرب . ج ١ . لبنان ، دار الكشوف ، ١٩٥٠ .
١٧ – الحافظ محى الدين زكريا يحيى بن شرف النووى . رياض الصالحين فى كلام سيد المرسلين . القاهرة ، المكتبة التجارية الكبرى ، د . ت .
١٨ – السيد خيرى . الإحصاء فى البحوث النفسية والتربوية والإجتماعية . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٠ .
١٩ – أنور أحمد . التوعية الاجتماعية . القاهرة ، وزارة الشئون الاجتماعية د . ت .
٢٠ – جابر عبد الحميد جابر . سيكلوجية التعلم . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٢ .
٢١ – جلال الدين عبد الرحمن السيوطى . الجامع الصغير فى أحاديث البشير النذير . ج ٣ . ط ٣ . القاهرة ، مكتبة ومطبعة البابى الحلبى وأولاده بمصر ، ١٩٥٧ .
٢٢ – جمال الدين شيال . التاريخ الإسلامى وأثره فى الفكر التاريخى والأوربى فى عصر النهضة . بيروت ، دار الثقافة ، ١٩٦٩ .

٢٣ – جمال الدين الشيال . تاريخ مصر الإسلامية فى العصرين الأيوبى والمملوكى . ج ٢ . القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٦٧ .

٢٤ – جمال الدين الشيال . وادى النيل فى القرن التاسع عشر الميلادى والحركات الإصلاحية . بيروت ، مركز الثقافة فى الشرق الإسلامى ، دار الثقافة ، ١٩٥٨ .

٢٥ – جمال مختار . الحضارة المصرية القديمة وعلاقتها بحضارات الوطن العربى . القاهرة ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، ١٩٧٦ .

٢٦ – جيهان رشتى . الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث . القاهرة ، دار الفكر العربى . ١٩٧١ .

٢٧ – جيهان رشتى . نظم الإعلام فى الدول النامية . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .

٢٨ – جيهان رشتى . الأسس العلمية لنظريات الإعلام . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .

٢٩ – جورج زيدان . تاريخ التمدن الإسلامى . ج ٤ . القاهرة ، دار الهلال ، ١٩٥٨ .

٣٠ – حامد ربيع . فلسفة الدعاية الاسرائيلية . بيروت ، منظمة التحرير الفلسطينية ، مركز الأبحاث ، ١٩٧٠ .

٣١ – حامد ربيع . نظرية الدعاية السياسية . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٧٢ .

٣٢ – حامد عبد السلام زهران . علم النفس الاجتماعى ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٢ .

٣٣ – حامد محمود . الدعاية الصهيونية . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٦ .

٣٤ – حافظ محمود . الإعلام العربى والإعلام الصهيونى . القاهرة ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، معهد البحوث والدراسات العربية . ١٩٧٣ .

٣٥ – حسن إبراهيم حسن . تاريخ الإسلامى السياسى والدينى والثقافى والإجتماعى . ج ١ . ط ٤ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٣ .

٣٦ – حسن محمد خير الدين . العلاقات العامة ، المبادىء والتطبيق . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة عين شمس ، ١٩٦٠ .

٣٧ – حسن محمد خير الدين . مقدمة للعلوم السلوكية القاهرة . مكتبة عين شمس . ١٩٧١ .

٣٨ – حسن الحسن . الإعلام والدولة . بيروت ، دار صادر ، ١٩٧٥ .

٣٩ – حسن سعفان شحاتة . التليفزيون والمجتمع القاهرة ، مطبعة دار التأليف ، ١٩٦١ .

٤٠ – حسنين عبد القادر . الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٦٢ .

٤١ – حسنين عبد القادر . أصول العلاقات العامة . القاهرة دار النهضة العربية ١٩٦٢ .

٤٢ – حسنين عبد القادر . أهمية العلاقات فى سياسة الحكم ودورها فى الدول الإشتراكية : المجلة المصرية للعلوم السياسية . عدد مايو ١٩٦٢ . القاهرة .

٤٣ – خليل صابات . وسائل الإعلام ، نشأتها وتطورها . القاهرة .

٤٤ – خليل صابات . الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم . ط ٢ . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، ١٩٦٧ .

٤٥ – خير الدين وانلى . المسجد فى الإسلام ، دمشق . مطبعة الإنشاء ١٩٧٦

٤٦ – سعيد المغربى وكاميليا عبد الفتاح . مذكرات علم النفس الإجتماعى . القاهرة ، د . ت .

٤٧ – سعيد عبد الفتاح عاشور . ثورة شعب . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٦٤ .

٤٨ – سيد حسين منصور . القيم الخلقية فى الخطابة العربية . بيروت ، مطابع سمير الشرق ، د . ت .

٤٩ – سمير محمد حسين . بحوث الإعلام . الأسس والمبادىء . القاهرة ، دار الشعب ، ١٩٧٦ .

٥٠ – سيد عويس . من ملامح المجتمع المصرى المعاصر . ظاهرة إرسال الرسائل إلى ضريح الإمام الشافعى . القاهرة ، المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية ، ١٩٦٥ .

٥١ – شكرى فيصل . حركة الفتح الإسلامى فى القرن الأول . بيروت ، دار العلم للملايين ، ١٩٥٢ .

٥٢ – صلاح الدين نامق . مشكلة السكان فى مصر . القاهرة ، دار النهضة العربية . ١٩٧٢ .

٥٣ – عبد القادر حاتم . الإعلام والدعاية بوصفهما قوة سياسية لاستقرار الحكم ونشر الأمن والسلام العالمى . رسالة دكتواره ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، ١٩٦٠ .

٥٤ – عبد القادر حاتم . الرأى العام . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٢ .

٥٥ – عبد القادر حاتم . الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٢ .

٥٦ – عبد القادر حمزة . على هامش التاريخ المصرى القديم . القاهرة ، مطبعة دار الكتب المصرية ، ١٩٤٠ .

٥٧ – عبد الجبار داود البصرى . شىء من التراث . بغداد ، مطبعة داود البصرى ، ١٩٦٨ .

٥٨ – عبد الباسط محمد حسن . أصول البحث الاجتماعى . القاهرة ، مطبعة لجنة البيان ، د . ت .

٥٩ – عبد العزيز سالم . تاريخ الاسكندرية وحضارتها فى العصر الإسلامى . ط ٢ ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٦١ .

٦٠ – عبد الكريم الخطيب . التعريف بالإسلام فى مواجهة العصر وتحدياته . ط ١ . القاهرة ، مطابع دار الكتاب العربى ، ١٩٦٥ .

٦١ – عبد الكريم زيدان . أصول الدعوة . بغداد ، مطبعة سليمان الأعظمى ، ١٩٧٢ .

٦٢ – عبد الرحمن الرافعى . تاريخ الحركة القومية وتطور الحكم فى مصر . ج ١ . ط ٤ ، ١٩٦١ .

٦٣ – عبد الرحمن الرافعى . فى أعقاب الثورة المصرية . ج ١ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٤٧ .

٦٤ – عبد الرحمن الرافعى . عصر إسماعيل . ج ٢ . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٤٨ .

٦٥ – عبد الرحمن الرافعى . تاريخ الحركة القومية وتطور نظام الحكم فى مصر . ج ٢ . ط ٣ .

٦٦ – عبد الرحمن محمد حسن آل الشيخ . فتح المجيد . تحقيق محمد حامد الفقى . القاهرة ، مطبعة السنة المحمدية . ١٩٥٧ .

٦٧ – عبد الرحمن زكى . مصر الظافرة . صفحة من تاريخ وادى النيل . القاهرة ، د . ت ، ١٩٤٦ .

٦٨ – عبد الرحمن زكى . القاهرة . تاريخها وآثارها من (١٨٢٥ – ١٩٦٩) من جوهر القائد إلى الجبرتى المؤرخ . القاهرة ، دار الطباعة الحديثة ، ١٩٦٦ .

٦٩ – عبد اللطيف حمزة . الإعلام له تاريخه ومذاهبه . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٦٥ .

٧٠ – عبد اللطيف حمزة . أزمة الضمير الصحفى . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٦٠ .

٧١ – عبد اللطيف حمزة . الإعلام فى صدر الإسلام . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ .

٧٢ – عبد اللطيف حمزة . قصة الصحافة العربية فى مصر من نشأتها إلى منتصف القرن العشرين . بغداد ، مطبعة دار المعارف ، ١٩٦٧ .

٧٣ – عبد اللطيف حمزة . المدخل فى فن التحرير الصحفى . ط ٢ . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٥٨ .

٧٤ – عبد اللطيف حمزة . أدب المقالة الصحفية فى مصر . ج ١ . القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٥٨ .

٧٥ – عبد اللطيف حمزة . الإعلام والدعاية . بغداد ، مطبعة المعارف ، ١٩٦٨ .

٧٦ – عبد اللطيف إبراهيم . دراسات فى الكتب والمكتبات الإسلامية . القاهرة ، دار مطابع الشعب ، ١٩٦٢ .

٧٧ – عبد العزيز الغنام . مدخل فى علم الصحافة . ج ١ . بيروت ، دار النجاح للطباعة والنشر . ١٩٧٢ .

٧٨ – عبد الله الخريجى . علم الاجتماع المعاصر . القاهرة ، دار الطباعة الحديثة ، ١٩٧٧ .

٧٩ – عبد الله خورشيد البرى . القبائل العربية فى مصر فى القرون الثلاثة الأولى للهجرة ، القاهرة . دار الكتاب العربى للطباعة والنشر ، ١٩٦٧ .

٨٠ – عبد الوهاب حمودة . صفحات من تاريخ مصر فى عصر السيوطى . القاهرة ، الدار المصرية للتأليف والترجمة ، د . ت .

٨١ – عفيف عبد الفتاح طبارة ، روح الدين الإسلامى بيروت ، دار العلم للملايين ، ١٩٧٤ .

٨٢ – على إبراهيم حسن . مصر فى العصور الوسطى من الفتح العربى إلى الفتح العثمانى . ط ٣ . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٥١ .

٨٣ – على إبراهيم عجوة . دور الإعلام فى تنظيم الأسرة بالريف المصرى . رسالة دكتوراة ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ .

٨٤ – على السلمى : مقدمة العلوم السلوكية . ط ٢ القاهرة . دار المعارف بمصر ١٩٦٩ .

٨٥ – على السلمى . العلوم السلوكية فى التطبيق الإدارى . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، ١٩٧٠ .

٨٦ – على عبد الحليم محمود . المسجد وأثره فى المجتمع الإسلامى . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، ١٩٧٦ .

٨٧ – على حسنى الخربوطلى . تاريخ العالم الإسلامى . القاهرة ، دار نافع للطباعة ، ١٩٧٦ .

٨٨ – على فؤاد أحمد . علم الاجتماع الريفى . ط ٣ . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٧٦ .

٨٩ – على فؤاد أحمد . مشكلات المجتمع الريفى . القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، ١٩٦٨ .

٩٠ – على مبارك . الخطط التوفقية الجديدة لمصر والقاهرة . القاهرة ، دار الكتب ، ١٩٦٠ .

٩١ – عمر بن يوسف الكندى . فضائل مصر . تحقيق إبراهيم العدوى وعلى محمد عمر ، القاهرة . مكتبة وهبه ، ١٩٧١ .

٩٢ – فتح الباب عبد الحليم وإبراهيم حفظ الله . وسائل التعليم والإعلام . القاهرة . عالم الكتب . ١٩٦٨ .

٩٣ – فيصل حسن بركات . دور الإعلام فى الدول النامية . رسالة ماجستير . كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٧١ .

٩٤ – فؤاد دياب . الرأى العام وطرق قياسه . القاهرة ، الدار القومية للطباعة والنشر ، ١٩٦٢ .

٩٥ – فيليب دى طرازى . خزائن الكتب العربية فى الخافقين ، بيروت . دار الكتب اللبنانية ، د . ت .ج

٩٦ – محرم كمال . الديانة المصرية القديمة . القاهرة ، موسوعة المعلومات المصرية ، هيئة الاستعلامات ، د . ت .

٩٧ – محمد البهى . الفكر الإسلامى والمجتمع المعاصر . بيروت ، المكتبة العربية ، ١٩٦٧ .

٩٨ – محمد توفيق حفناوى . مصر والعرب عبر التاريخ .. لمحات تاريخية وبيولوجية ، القاهرة . دار الفكر العربى ، د . ت .

٩٩ – محمد عبد المنعم خفاجى . الأزهر فى ألف عام . القاهرة ، المطبعة المنيرية ، ١٣٧٤ هـ .

١٠٠ – محمد خلف الله . الثقافة الإسلامية والحياة المعاصرة ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٦٢ .

١٠١ – محمد عبد العزيز الخولى . اصلاح الوعظ الدينى . القاهرة ، المكتبة التجارية الكبرى ، ١٩٦٤ .

١٠٢ – محمد عبد العزيز الخولى . الأدب النبوى . القاهرة ، المكتبة التجارية الكبرى ، ١٩٧٢ .

١٠٣ – محمد عبد الله دراز . مدخل القرآن . ترجمة محمد عبد العظيم . القاهرة ، دار القلم ، ١٩٧٤ .

١٠٤ – محمد عبد الله دراز . دراسات إسلامية فى العلاقات الإجتماعية والدولية ط ٢ . القاهرة ، دار القلم ، ١٩٧٤ .

١٠٥ – محمد عبد الله عنان . مصر الإسلامية وتاريخ الخطط المصرية . ط ٢ . القاهرة ، مكتبة الخانجى ، ١٩٦٩ .

١٠٦ – محمد البهى . الفكر الإسلامى والمجتمع المعاصر . بيروت ، المكتبة العصرية ، ١٩٦٧ .

١٠٧ – محمد رشيد رضا . حقوق النساء فى الإسلام . بيروت ، المكتب الإسلامى ، ١٩٧٥ .

١٠٨ – محمد ماهر حمادة . المكتبات فى الإسلام . نشأتها وتطورها ومصدرها . دمشق ، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر ، ١٩٧٠ .

١٠٩ – محمد زيان عمر . البحث العلمى ، مناهجه وتقنياته . جدة ، مطبعة خالد الطرابيشى ، ١٩٧٥ .

١١٠ – محمد طلعت عيسى . العلاقات العامة والإعلام . ط ٣ . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٦٣ .

١١١ – محمد عزه دروزة . عروبة مصر فى القديم والحديث . بيروت ، المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، ١٩٦٣ .

١١٢ – محمد محمد عطية . وسائل الاتصال ومجالاتها وإستخدامها . القاهرة ، الجمعية الثقافية ، المعهد العالى للخدمة الإجتماعية ، ١٩٧١ .

١١٣ – محمد محمود الجوهرى وعبد الله الخريجى ط ٢ . طرق البحث الإجتماعى . جدة ، دار الشروق ، ١٩٨٠ .

١١٤ – محمود فهمى . الفن الصحفى فى العالم . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، ١٩٦٤ .

١١٥ – محمود رزق سليم . عصر سلاطين المماليك وإنتاجهم العلمى والأدبى ج ٣ . القسم الأول . القاهرة ، مكتبة الآداب ، ١٩٤١ .

١١٦ – محمود شلتوت . الفتاوى . القاهرة ، دار القلم ، د . ت .

١١٧ – محى الدين عبد الحليم . الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام . رسالة ماجستير . كلية الآداب جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .

١١٨ – مكى شبيكة . تاريخ شعوب وادى النيل فى القرن التاسع عشر الميلادى . بيروت ، دار الثقافة ، ١٩٦٥ .

١١٩ – مصطفى سويف . مقدمة فى علم النفس الإجتماعى ، القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية ، د . ت .

١٢٠ – نعمان ماهر الكنفانى . مدخل فى الإعلام . بغداد ، دار الجمهورية ، السلسلة الإعلامية ، ١٩٦٨ .

١٢١ – لويس كامل ملكية . سيكلوجية الجماعات والقيادة . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧٠ .

خامسا : الكتب المترجمة

١ – أرنولد ، توماس . الدعوة إلى الإسلام . ترجمة حسن إبراهيم حسن وآخرين . القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٧١ .

٢ – بارنو ، أريك ، الاتصال بالجماهير . ترجمة صلاح عز الدين وآخرين . القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٥٨ .

٣ – بروكلمان ، كارل ، تاريخ الشعوب الإسلامية . نقلة إلى العربية نبيه أمين فارس ، ومنير البعلبكى . بيروت ، د . ت .

٤ – حسن الديب ، العلاقات العامة فى مجالات التطبيق العملى . تأليف نخبة من خبراء العلاقات العامة بانجلترا . القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة ، ١٩٦٧ .

٥ – روجرز ، أفريت ، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر . ترجمة سامى ناشد ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٢ .

٦ – ريفرز ، وليم وآخرين ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث . ترجمة إبراهيم إمام . القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ .

٧ – شرام ولبور ، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية . ترجمة محمد فتحى ويحى أبو بكر . القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ .

٨ – هيرولد . ج . كريستوفر – بونابارت فى مصر . ترجمة فؤاد أندراوس . مراجعة محمد أنيس . القاهرة ، دار الكاتب العربى للطباعة والنشر ، ١٩٦٢ .

سادسا : الدوريات

١ – المجلة الإجتماعية القومية . المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية . عدد مايو ، ١٩٦٥ .

٢ – مجلة الإذاعة والتليفزيون . العدد ٢٢٤٩ فى ٢٢ – ٤ – ١٩٧٨ .

٣ – مجلة الإذاعة والتليفزيون . العدد ٢٢٢٥ فى ١٣ – ٥ – ١٩٧٨ .

٤ – جريدة الأخبار . العدد ٨٠٣٦ فى ١٩ – ٣ – ١٩٧٨ .

٥ – المجلة المصرية للعلوم السياسية . الجمعية المصرية للعلوم السياسية . عدد مايو . ١٩٦٢ .

٦ – المجلة المصرية للعلوم السياسية .. الجمعية المصرية للعلوم السياسية . عدد نوفمبر . ١٩٦٢ .

٧ – مجلة الفن الإذاعى . إذاعة ج . م . ع القاهرة يوليو ١٩٦١ .

٨ – مجلة كلية الآداب . جامعة القاهرة . عدد مايو . ١٩٥٥ .

٩ – التقرير السنوى للأمين العام للجمعية العامة للأمم المتحدة . ملحق رقم (١) الدورة الرابعة والعشرون . نيويورك ، ١٩٧٠ .

سابعا : المراجع الأجنبية

1) Barqhroon , Fredirek . Soviet foreign Propaganda . Princeton , Princeton University Press, 1964 .

2) Barnouw , Erik . Mass Communication . New York, Rinhart and Company , 1950 .

3) Bernard , Berelson And Morris , Janowitz . Iillinois . The Free Press Operation , 1953 .

4) Blexand , Gregory . Egypt And Sinai Eternal Battle . New York , Ground Fauk and Wagnils , 1966 .

5) Brooks , William D.Speech Communiation Dubuque Lowa . W M C Brown Company Publishers . 1974 .

6) Brown , Charles . Informing The People . New York , Pennsylvania State University , 1957 .

7) Bruce , Lannes . Propaganda , Communication and Public opinion . Princeton , Princeton , University Press , 1946 .

8) Calvercley ,E.E Islam , an Introduction . Vol 1. Cairo , The American University . 1958 .

9) Christinson , Reo and McWilliams , Robert . The Voice of the People . New York ,McGraw Hillbook Company , 1962 .

10) Eidon Ray and Donald Herbert . Flinqurant and Thomas , W Boms . Mass Communication An Introduction to modern .

11) Emery Edwin & Ault Philip and Agee Warren . Introduction to Mass Communication . 3rd ed. New york ,Dodd Medd and Company , 1970 .

12) Fraser , Lindly . Propaganda . New York University , 1957 .

13) Froehlich , John . Information , Transmittal and Communication system .New York , John , M. Doyie Holt Renhart and Winston , 1970 .

14) Gibb , AR Hamilton .Studies on the civilization of Islam . London , R. Poulk Routled and Kegan Paul Limited , 1962 .

15) Herbert , Ray Eidon & Funiurait , Donald un Bohn Thomas W . Mass Communication an Introduction to modern communication media New York : David Mckay company . 1944 .

16) Hennessy , Bernard . Public Opinion . 3rd ed . California , Wadsworth Publishing Company , 1970 .

17) Inkles , Alex . Public opinion in Soviet Russia , Combridge, Harvard University Press , 1958 .

18) Katz , Elihu and Lazarfeld . Personal Influence . Illionois , The Free Press , 1955 .

19) Kuppuswamy , B. An Introduction to Social Psychology . London , Asia Publishing Company , 1961 .

20) Klineberg , Otto . Social Psychology . New York , Holt Rienehart and Winston , 1961 .

21) Krech , David and Krutchfield . Theory and Problems Of Social Psychology . Bombay , McGraw Hill Publishing Company , 1948

22) Lane , Poole Sanley . History of Egypt in the middle ages 4th ed. London , Freenk class and Company Ltd , 1966 .

23) Lane , Robert and Sears , David. Public Opininon . New Delhi , Prentice Hall Of India , 1964 .

24) Macdougal , Curtis. Understanding Public Ooinion . New . York , The Machillan Company , 1952 .

25) Rivers , William . Mass Media . Delhi , Universal Book Stall , 1963 .

26) Siller , Bob & White , Ted and Tarkel , Hall : Television and Radio News . New York , The Machillan Company , 1960 .

27) Vatikiotis P. The Modern history of Egypt . London , Weidefeld and Nicolson 1929 .

28) Wells Herman and Willis , Benjamin . Mass Communication and Education . Washington , Educational Policies Commission , 1958 .

29) Imam , Ibrahim . Bonpartès Information Policy in Egypt . Article in Egyptian Political Science . January .1963 .

* * *

فهرس

* * *

رقم الإيداع ٥٢٠١ / ٧٩